



SR Research Report
2015/6/26

ソースネクスト株式会社（4344）

当レポートは、掲載企業のご依頼により弊社が作成したものです。投資家用の各企業の『取扱説明書』を提供することを目的としています。正確で客観性・中立性を重視した分析を行うべく、弊社ではあらゆる努力を尽くしています。中立的でない見解の場合は、その見解の出所を常に明示します。例えば、経営側により示された見解は常に企業の見解として、弊社による見解は弊社見解として提示されます。弊社の目的は情報を提供することであり、何かについて説得したり影響を与えたりする意図は持ち合わせておりません。ご意見等ございましたら、sr_inquiries@sharedresearch.jp までメールをお寄せください。ブルームバーグ端末経由でも受け付けております。





目次

要約	3
主要経営指標の推移	4
直近更新内容	5
概 略	5
業績動向	7
四半期業績動向	7
今期会社計画	11
中長期見通し	14
事業内容	16
ビジネスの概要	16
収益性分析	30
市場とバリュー・チェーン	32
経営戦略	39
SW (Strengths, Weaknesses) 分析	41
過去の業績および財務諸表	42
過去の業績	42
損益計算書	51
貸借対照表	54
キャッシュフロー計算書	55
ニュース&トピックス	57
その他の情報	59
沿革	59
大株主	60
トップマネジメント	60
従業員	61
ところで	61
企業概要	62



要約

事業概要：店頭販売 PC ソフトで業界最大手。セキュリティソフトに強み

- 同社は、PCソフトとスマートフォン向けアプリケーション（アプリ）の企画・開発・販売を行っている。また、PCソフト登録ユーザーの購入頻度をあげるために、PCソフトをEC販売（インターネット販売）する同社のWEBサイトではハードの販売も行っている。同社は、PCソフトの設定単価を安くして取扱数量を増やす施策や、セキュリティソフトの更新料を無料にする施策（ZEROモデル）などを用いたコモディティ化戦略で他社との差別化を図っている。また、少数の自社開発ソフトのみを扱うソフト会社が多い中で、同社は他社製品も積極的に取り扱っている。2013年からは、PCソフトの使い放題サービスも提供するなど、常に業界に先駆けて新しいサービスを提供している。
- PCソフト分野での主力製品は、更新料0円で人気を得たZEROブランドのセキュリティソフトである。同社の売上の2割～3割はセキュリティ関連ソフトが占めている。その他にも「いきなりPDF」「筆王」「B's Recorder」などの人気シリーズを有しており、フルラインアップ戦略に基づき、数多くのタイトルを提供している。（後述の「事業内容」の項参照）

業績動向

- 2015年3月期の通期業績は、売上高6,089百万円(前期比6.1%増)、営業利益1,303百万円(同4.6%増)、経常利益1,312百万円（同7.1%増）となった。なお、当期純利益は、繰越欠損金に係る繰延税金資産が減少したため1,214百万円（同0.5%減）となった。
- 2016年3月期通期会社計画は、売上高が前期比13.1%増の6,889百万円、営業利益が同7.4%増の1,399百万円、経常利益が同7.2%増の1,406百万円、当期純利益が同22.5%減の905百万円。当期純利益は税務上の繰越欠損金が解消される見込みであることから、法人税及び事業税の影響が増える見込みであるため、減益予想となっている。
- 同社は中期計画を公表していない。ただし、中期的には、取扱商品の拡充による企業規模の拡大を通じて、時価総額で1,000億円に達することを目標にしているとのことである。（後述の「業績動向」の項参照）

同社の強みと弱み

- SR社では、同社の強みを、セキュリティソフトの差別化戦略と充実したプロダクトラインナップ、一般層へのブランド認知度の高さとパッケージ戦略、流通経路の簡素化によるコスト削減の3点だと考えている。一方、弱みは松田社長への依存度の高さ、市場における無料アプリの増加、目利き力のある企画系人員の継続的な確保にあると考えている。（後述の「SW（Strengths, Weaknesses）分析」の項参照）



主要経営指標の推移

損益計算書 (百万円)	08年3月期 単独	09年3月期 単独	10年3月期 単独	11年3月期 連結**	12年3月期 連結	13年3月期 連結	14年3月期 連結	15年3月期 連結	16年3月期 会予
売上高	13,251	9,630	6,429	3,996	5,287	5,157	5,736	6,089	6,889
前年比	14.7%	-27.3%	-33.2%	-37.8%	32.3%	-2.5%	11.2%	6.1%	13.1%
売上総利益	7,242	4,120	3,487	2,457	2,991	3,489	4,236	4,457	
前年比	14.3%	-43.1%	-15.4%	-29.5%	21.7%	16.7%	21.4%	5.2%	
売上総利益率	54.7%	42.8%	54.2%	61.5%	56.6%	67.7%	73.9%	73.2%	
営業利益	966	-2,457	-839	-402	301	773	1,246	1,303	1,399
前年比	39.8%	-	-	-	-	156.9%	61.2%	4.6%	7.4%
営業利益率	7.3%	-25.5%	-13.0%	-10.1%	5.7%	15.0%	21.7%	21.4%	20.3%
経常利益	919	-2,522	-901	-448	267	729	1,226	1,312	1,406
前年比	66.9%	-	-	-	-	173.3%	68.2%	7.1%	7.2%
経常利益率	6.9%	-26.2%	-14.0%	-11.2%	5.0%	14.1%	21.4%	21.6%	20.4%
当期純利益	767	-2,777	-1,065	155	421	805	1,221	1,214	905
前年比	41.2%	-	-	-	172.3%	91.2%	51.6%	-0.5%	-25.5%
利益率	5.8%	-28.8%	-16.6%	3.9%	8.0%	15.6%	21.3%	19.9%	13.1%
一株当たりデータ									
期末発行済株式数 (千株)	125	125	159	159	159	15,866	31,732	31,732	
EPS	6,131.18	-22,212.19	-7,352.09	974.56	2,653.82	50.67	38.47	38.27	28.52
DPS	500.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	3.83	3.59
BPS	25,547.41	2,883.45	1,111.26	2,085.52	4,739.64	98.20	87.87	126.77	
貸借対照表 (百万円)									
現金・預金・有価証券	1,459	1,086	75	434	967	1,257	1,807	2,279	
流動資産合計	5,932	3,977	2,757	1,747	2,127	2,414	3,157	3,805	
有形固定資産	109	114	103	75	50	34	24	22	
投資その他の資産計	303	361	200	194	205	225	103	250	
無形固定資産	1,792	1,430	1,124	926	682	772	836	967	
資産合計	8,145	5,889	4,188	2,942	3,065	3,445	4,120	5,045	
買掛金	865	585	577	215	204	207	206	259	
短期有利子負債	1,267	2,023	1,517	1,717	1,512	489	372	-	
流動負債合計	4,078	4,197	3,416	2,572	2,307	1,367	1,164	975	
長期有利子負債	873	1,332	595	25	-	520	168	-	
固定負債合計	873	1,332	595	40	5	520	168	47	
負債合計	4,951	5,529	4,012	2,611	2,313	1,887	1,332	1,022	
純資産合計	3,194	360	176	331	752	1,558	2,788	3,992	
有利子負債 (短期及び長期)	2,140	3,355	2,112	1,742	1,512	1,009	540	-	
キャッシュフロー計算書 (百万円)									
営業活動によるキャッシュフロー	2,460.1	-844	-338	504	1,089	1,286	1,410	1,649	
投資活動によるキャッシュフロー	-842.8	-659	-309	209	-325	-769	-151	-645	
財務活動によるキャッシュフロー	-669.2	1,129	-363	-354	-231	-528	-412	-540	
財務指標									
総資産経常利益率 (ROA)	11.8%	-35.9%	-17.9%	-12.6%	8.9%	22.4%	32.4%	28.6%	
自己資本純利益率 (ROE)	27.3%	-156.3%	-396.9%	61.0%	77.8%	69.7%	56.2%	35.8%	
純資産比率	39.2%	6.1%	4.2%	11.2%	24.5%	45.2%	67.7%	79.1%	

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

**同社は2011年3月期より、連結決算を発表している。ただし、2011年3月期の売上高、利益の連単格差は1%未満にとどまる。
このため、2011年3月期の伸び率は前期の単独決算値との比較で計算している。



直近更新内容

概 略

2015 年 6 月 16 日、ソースネクスト株式会社は、同日付でインド本社の開発会社 Stellar InformationTechnology (P) Ltd.との業務提携契約を締結したことを発表した。

(リリース文へのリンクは[こちら](#))

Stellar InformationTechnology (P) Ltd. (以下、Stellar Data Recovery 社) は、写真、ビデオ、その他のマルチメディア・ファイルなどのデータを復元するソフトウェア製品の分野では世界有数の企業である。法人や一般家庭など幅広い顧客に向けた高品質な製品・サービスを世界 190 カ国以上で提供しており、200 万人以上のユーザーに使用されている。同社は、Stellar Data Recovery 社が保有するデータ復元ソフト「Stellar Phoenix Windows Data Recovery」や「Stellar Phoenix Photo Recovery」を、日本国内で個人向けに販売しているとしている。

2015 年 6 月 8 日、同社への取材を踏まえ、レポートを更新した。

2015 年 5 月 11 日、同社は 2015 年 3 月期通期決算、及び余剰金の配当について発表した。

(詳細は 2015 年 3 月期通期決算項目を参照、決算短信へのリンクは[こちら](#))

配当予想

同社は、2015 年 3 月期の 1 株当たりの期末配当金を当初予想の 3 円 59 銭(配当性向 10%)から 0 円 24 銭増配の 3 円 83 銭(配当性向 10%)とした。2016 年 3 月期についても、経営状況を勘案し予想配当性向を 15%とし、1 株当たり 4 円 28 銭の実施を予定している。

2015 年 4 月 21 日、同社は、Sony Creative Software Inc.との業務提携に関する契約締結を発表した。

(リリース文へのリンクは[こちら](#))

同社は、2015 年 4 月 21 日付で Sony Creative Software Inc.(本社 : 米国、以下、Sony Creative Software 社)のパソコンソフト全 12 製品の国内販売における独占契約を締結した。

提携の理由

Sony Creative Software 社の代表的な製品としては、プロ用映像編集ソフトの「Vegas™」



シリーズや、プロ用音楽制作アプリケーションの「ACID™」シリーズ、プロ用オーディオ編集ソフトの「Sound Forge™」シリーズなどがある。これらの製品は、放送業界、音楽業界、ゲーム業界などプロフェッショナルの現場で使用されている。また、Sony Creative Software 社はこれらアプリケーションの一般用製品も提供している。

同社は、Sony Creative Software 社の正規パートナーとして、これまで同社 web サイトにおいて Sony Creative Software 社の製品を 3 万本以上販売し、2015 年 3 月より Sony Creative Software 社製品のサポートも実施している。この度、同社は Sony Creative Software 社の 12 製品について独占契約を締結し、2015 年 8 月 1 日以降は日本国内で独占販売が可能となった。今後は家電量販店でのパッケージ販売を含め、より多くの販路で Sony Creative Software 社の製品を販売するとしている。

同日、同社は ZVT Inc. Limited(本社：英国、以下、Zinstall 社)との業務提携契約の締結について発表した。

(リリース文へのリンクは[こちら](#))

提携の理由

Zinstall 社は、主にパソコンを中心とするマイグレーション(データ資産の移行)・障害回復分野において、法人や一般家庭などに向けた製品を提供している。同社は、Zinstall 社のマイグレーションソフト「Zinstall Migration Kit Pro」を、マイクロソフト社の新 OS「Windows10 (2015 年夏リリース予定)」に対応したパソコン引越ソフトとして、日本国内で個人向けに独占販売する予定である。同社は、Zinstall 社の製品力と、同社の培ってきたソフトウェアの企画・開発・販売力をコラボレートすることにより、両社の発展を図りたいとしている。

なお、これら業務提携による 2016 年 3 月期業績への影響は現時点では軽微であるが、同社は、将来にわたり企業価値の向上を実現する業務提携と考えているとしている。

3 カ月以上経過した会社発表はニュース&トピックスへ



業績動向

四半期業績動向

四半期業績推移 (百万円)	14年3月期				15年3月期				15年3月期 (進捗率) 上期会予	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q		
売上高	1,262	1,373	1,778	1,323	1,392	1,363	1,847	1,487	-	-
前年比	2.8%	16.8%	10.4%	15.7%	10.3%	-0.7%	3.9%	12.3%		
売上総利益	966	979	1,325	966	1,047	1,038	1,310	1,061		
売上総利益率	76.6%	71.3%	74.5%	73.0%	75.2%	76.2%	70.9%	71.4%		
販管費	691	737	842	721	729	749	895	782		
前年比	6.8%	16.9%	9.4%	7.6%	5.5%	1.6%	6.4%	8.4%		
営業利益	276	241	484	245	355	254	415	279	-	-
前年比	104.4%	34.1%	44.5%	99.0%	28.5%	5.1%	-14.2%	14.2%		
営業利益率	21.9%	17.6%	27.2%	18.5%	25.5%	18.6%	22.5%	18.8%		
経常利益	262	241	479	243	357	260	411	284	-	-
前年比	92.7%	51.5%	48.8%	118.2%	36.4%	7.5%	-14.2%	17.1%		
経常利益率	20.7%	17.6%	27.0%	18.3%	25.7%	19.0%	22.3%	19.1%		
当期純利益	294	282	471	174	368	325	278	244	-	-
前年比	87.8%	69.0%	46.7%	8.2%	25.2%	15.3%	-41.0%	40.1%		
累計値	1Q累計	2Q累計	3Q累計	4Q累計	1Q累計	2Q累計	3Q累計	4Q累計	(進捗率) 通期会予	
売上高	1,262	2,635	4,413	5,736	1,392	2,756	4,602	6,089	99.0%	6,153
前年比	2.8%	9.6%	10.0%	11.2%	10.3%	4.6%	4.3%	6.1%		7.3%
売上総利益	966	1,945	3,270	4,236	1,047	2,086	3,396	4,457		
売上総利益率	76.6%	73.8%	74.1%	73.9%	75.2%	75.7%	73.8%	73.2%		
販管費	691	1,428	2,269	2,991	729	1,478	2,373	3,155		
前年比	6.8%	11.8%	10.9%	10.1%	5.5%	3.5%	4.6%	5.5%		
営業利益	276	517	1,001	1,246	355	608	1,023	1,303	100.0%	1,303
前年比	104.4%	64.2%	54.0%	61.2%	28.5%	17.6%	2.2%	4.6%		4.6%
営業利益率	21.9%	19.6%	22.7%	21.7%	25.5%	22.1%	22.2%	21.4%		21.2%
経常利益	262	503	983	1,226	357	617	1,028	1,312	100.8%	1,302
前年比	92.7%	70.4%	59.2%	68.2%	36.4%	22.5%	4.6%	7.1%		6.2%
経常利益率	20.7%	19.1%	22.3%	21.4%	25.7%	22.4%	22.3%	21.6%		21.2%
当期純利益	294	576	1,047	1,221	368	693	971	1,214	106.5%	1,140
前年比	87.8%	78.1%	62.4%	51.6%	25.2%	20.4%	-7.3%	-0.5%		-6.6%

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

事業別四半期業績 (百万円)	14年3月期				15年3月期					
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q		
スマートフォン事業者	210	119	167	165	216	109	275	337		
前年比	-	-	-	-	2.9%	-8.7%	64.7%	103.7%		
自社オンラインショップ	556	549	730	593	592	568	860	777		
前年比	-	-	-	-	6.5%	3.5%	17.8%	31.0%		
家電量販店・ECサイト	496	580	803	481	583	541	644	309		
前年比	-	-	-	-	17.6%	-6.7%	-19.8%	-35.8%		
その他	-	123	77	85	-	144	68	64		
累計値	1Q累計	2Q累計	3Q累計	4Q累計	1Q累計	2Q累計	3Q累計	4Q累計		
スマートフォン事業者	210	329	496	662	216	325	600	937		
前年比	-	-	-	-	2.9%	-1.3%	20.9%	41.6%		
自社オンラインショップ	556	1,105	1,835	2,428	592	1,160	2,020	2,797		
前年比	-	-	-	-	6.5%	5.0%	10.1%	15.2%		
家電量販店・ECサイト	496	1,076	1,879	2,360	583	1,124	1,768	2,077		
前年比	-	-	-	-	17.6%	4.5%	-5.9%	-12.0%		
その他	-	123	200	285	-	144	212	276		

出所：会社データよりSR社作成

*2015年3月期より販売チャネルの区分を一部変更したため、前年度の数字は参考値。



2015 年 3 月期通期連結実績

2015 年 3 月期の通期業績は、売上高 6,089 百万円(前期比 6.1%増)、営業利益 1,303 百万円(同 4.6%増)、経常利益 1,312 百万円(同 7.1%増)となった。なお、当期純利益は、繰越欠損金に係る繰延税金資産が減少したため 1,214 百万円(同 0.5%減)となった。

この結果、会社計画に対する達成率は、売上高が 99.0%、営業利益が 100.0%、経常利益が 100.8%、当期純利益が 106.5%とほぼ計画通りの着地となった。

売上高は、「Windows XP」サポート終了によるセキュリティソフトの入替需要の終息などの影響で家電量販店のチャンネルの売上高は減少したものの、通信事業（キャリア）向けのアプリサービスの拡大などにより、増収を達成した。売上総利益率は前期比で 0.7 ポイント減の 73.2%となった。これは、上述の入替需要の反動により、利益率の高いセキュリティソフトの売上が家電量販店を中心に伸び悩んだこと、仕入れ商品で相対的に利益率の低いソニー製品の EC 販売が増加したことなどにより。しかし、通期の売上総利益の絶対額は前期比 5.2%増となった。販管費では新規サービス関連の費用増はあったものの、営業利益、経常利益ともに増益を達成した。

経常利益の前期に対する主な増減益要因としては、減益要因では、店頭販売の減少 198.2 百万円、固定原価の増加 51.3 百万円、販管費の増加 164.1 百万円などがあった。これに対し、増益要因は、EC 販売の増加 246.0 百万円、キャリア向け販売の増加 224.6 百万円、営業外損益の改善 29.5 百万円などがあった。2015 年 3 月期の経常利益はこの差し引きで前期比 87 百万円の増益を実現している。この結果、営業利益および、経常利益は 2 期連続で過去最高益を更新。経常利益率も前期比 0.2 ポイント増の 21.6%となり、過去最高を更新した。

なお、リーマンショック後の家電量販店をはじめとする各小売店の在庫調整の影響で業績が悪化した同社であったが、2012 年 3 月期以降の業績は、在庫水準の見直しと製品の絞り込みにより収益の安定化が進み、好調を維持している。この好調な収益動向を背景として、同社の財務状況も着実に改善している。2015 年 3 月期末の、利益剰余金は前期比 1,214 百万円増の 610 百万円となり、プラスに転じている。

同社を取り巻く環境としては、2014 年 12 月末のスマートフォン・フィーチャーフォンを併せた携帯電話端末契約者数が 125.1 百万人となり、人口普及率 98.5%に達した。うちスマートフォン契約者数は 65.4 百万件(構成比 52.3%)となった。(2015 年 2 月、MM 総研調べ)。こうした状況の中、同社は、パソコンソフト及び、Android 端末を中心とするスマートフォン向けアプリの拡充に取り組んだ。

パソコンソフトでは、主力製品であるセキュリティソフトの「ウイルスセキュリティ」のユーザー数が 920 万人を突破した。その他、「スーパーセキュリティ ZERO」や、はがき作成ソ



フト「筆王」など、主に個人向けソフトウェアのパッケージ販売に注力した。2014 年 6 月には 120 タイトル以上の最新パソコンソフトが定額料金で使い放題になるサービス「超ホーダイ」を、同年 11 月には法人向けのビジネス用パソコンソフト 100 タイトル以上が使い放題になる「超ホーダイ Business」を発売した。特に「超ホーダイ」は、株式会社 U-NEXT や株式会社ベネフィットジャパンを始め、各通信事業者等で次々に提供を開始した。

スマートフォン市場では、2014 年 3 月期に続きアプリケーションの開発及び販売に注力した。2014 年 8 月にソフトバンクモバイル社の「AppPass」、同年 9 月には米国 Sprint Corporation の「App Pass」へ新製品の提供や既存製品のバージョンアップを行なった。これにより、従来の KDDI 株式会社の「au スマートパス」と株式会社 NTT ドコモの「スゴ得コンテンツ」を始め、国内主要 3 キャリア全てにアプリを提供することとなった。同年 10 月には、スマホアプリが定額料金で使い放題の自社サービス「アプリ超ホーダイ」を発売した。また、2014 年 3 月期に続き、優れた海外製品の発掘や、日本国内での販売活動を行なった。当期は、高速な Android 用ブラウザ「Puffin Web Browser」や、料理を作ることで、発想力や想像力を育む知育アプリ「Toca Kitchen」などを発売した。

その他、同社は、従業員の士気を高く保ち、生産性の向上と高品質な製品、サービスの提供を目指し、2015 年 4 月からの給与改定において、2014 年に続き 2 年連続で、全従業員を対象とし年収 5 %のベースアップを実施することを決定した。

各販売チャネルの営業概況は以下の通りである。

家電量販店：売上高 2,077 百万円(前期比 12.0%減)

セキュリティソフトでは、「Windows XP」サポート終了による入替需要が終息したことで、市場全体が縮小した。店頭販売本数は市場全体で前期比 14.4%減となり、同社は更に競合他社の新製品発売の影響も受け、同 17.2%減少となった。ただし、同社も 2015 年 4 月に新製品を投入しており、今後のシェア回復が期待されるとしている。

一方、「筆王」は、年賀状作成シーズンに合わせた店頭での大規模展開を行ない、3 年連続でモデル別年間店頭販売本数第 1 位を獲得した。また、2015 年 1 月以降は、確定申告・決算シーズン到来に合わせ、「マネーフォワード確定申告（青色申告・白色申告）／法人会計」の店頭展開を強化した。同ソフトはクラウド型 確定申告・会計ソフトで、今後益々の成長を期待している。

自社オンラインショップ：売上高は、2,797 百万円(前期比 15.2%増)

同事業では、幅広いジャンルでヒット商品の発掘に成功した。主力製品の「ウイルスセキュ



リティ ZERO」を始め、順調に販売本数を増やした。「筆王」は、「Web 筆王」が新たに追加されたことに加え、製品の自動アップグレード導線など既存ユーザーへの提案方法を見直し、継続的な売上に繋がるよう改善に努めた。

下半期は、主に eSHOP 限定商品の販売強化に注力した。Sony Creative Software 社の高機能映像編集ソフト「Vegas Pro 13」や、パソコン画面をキャプチャできる「スグレモ撮画ツール Ver.4」など、様々なジャンル の人気商品を販売し好調に推移した。

スマートフォン・通信事業者（キャリア）：売上高は 937 百万円(前年同期比 41.6%増)

同事業では提供コンテンツ増加により大幅増収を達成した。KDDI 社の「au スマートパス」は 2014 年 12 月に会員数が 1,200 万人を突破した。同社も新たに 10 アプリを追加し、合計 19 タイトルとなった。特に、天文シミュレーションアプリ「スマートステラ」は、au スマートパス「ベストアプリ 2014」を受賞する人気アプリとなった。株式会社 NTT ドコモの「スゴ得コンテンツ」は、5 アプリを追加し、合計 14 アプリとなった。また、アプリ数だけでなく、キャリアからの収益分配額の計算基準となるサイト数も順調に増加した。また、「電池・パフォーマンス 改善」を始めとする 2 サイトを追加し、従来の 3 サイトから 5 サイトへ増加した。ソフトバンクモバイル社の「App Pass」では、2014 年 8 月開始当初の 12 アプリに加え、「筆王」を始め とする 6 アプリを追加し、合計 18 アプリを提供した。

過去の四半期実績と通期実績は、過去の業績と財務諸表へ



今期会社計画

(百万円)	14年3月期			15年3月期			16年3月期会社予想		
	上期実績	下期実績	通期実績	上期	下期	通期	上期	下期	通期
売上高	2,635	3,102	5,736	2,756	3,333	6,089	3,176	3,713	6,889
売上原価	690	810	1,500	670	962	1,632			1,839
売上総利益	1,945	2,291	4,236	2,086	2,371	4,457	-	-	5,050
売上総利益率	73.8%	73.9%	73.9%	75.7%	71.1%	73.2%			73.3%
販売費及び一般管理費	1,428	1,563	2,991	1,478	1,677	3,154	-	-	3,651
売上高販管費比率	54.2%	50.4%	52.1%	53.6%	50.3%	51.8%			53.0%
営業利益	517	729	1,246	608	694	1,303	590	809	1,399
営業利益率	19.6%	23.5%	21.7%	22.1%	20.8%	21.4%	18.6%	21.8%	20.3%
経常利益	503	722	1,226	617	695	1,312	594	812	1,406
経常利益率	19.1%	23.3%	21.4%	22.4%	20.9%	21.6%	18.7%	21.9%	20.4%
当期純利益	576	645	1,221	693	521	1,214	382	523	905
純利益率	21.8%	20.8%	21.3%	25.1%	15.6%	19.9%	12.0%	14.1%	13.1%

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

2016年3月期通期業績見通し

2016年3月期通期会社計画は、売上高が前期比 13.1%増の 6,889 百万円、営業利益が同 7.4%増の 1,399 百万円、経常利益が同 7.2%増の 1,406 百万円、当期純利益が同 22.5%減の 905 百万円。当期純利益は税務上の繰越欠損金が見込みであることから、法人税及び事業税の影響が増える見込みであるため、減益予想となっている。ただし、営業利益および、経常利益は3期連続で過去最高益を更新する計画である。

同社は、2015年にスタートした光コラボを始め、総務省ガイドライン改訂による端末のSIMロック解除や固定ブロードバンドと携帯電話サービスのセット割引が始まり、MVNO (Mobile Virtual Network Operator：仮想移動体通信事業者) の動向を含めた競争軸の変化に伴う市場活性化が期待されるとしている。

なお、同社は、会社計画の詳細に関しては開示していない。ただし、同社は会社計画について確実に見えている数字を積み上げて策定しているとしている。状況の変化や外部要因に関しては基本的には横ばいで見ているとのことである。このため、市場や製品の提供先の通信会社のサービスが拡大基調にある場合には、上振れとなる傾向が強いと見られる。

同社によれば、販売チャンネル別には、店頭販売の減少基調継続を見込むものの、EC販売とキャリア向け販売の増加で、全体で増収を確保する計画であるとのこと。売上高が前期比 8 億増に対して、営業利益が約 1 億円の増益にとどまるのは、将来の収益拡大に向けて人員増とシステム関連経費の増加などを織り込んだためであるとしている。

同社の今期計画の主なポイントは以下の通りである。

前期の業績の牽引役であった、スマートフォン向けアプリでは、KDDI 社の「au スマートパ



ス」やドコモ社の「スゴ得コンテンツ」、ソフトバンクモバイル社の「App Pass」などキャリアへのアプリ提供を推進し、さらなる収益拡大を図る計画である。

同社によれば、これらに加え今期に期待されるのは、2015 年夏に予定されているマイクロソフト社の新 OS である Windows10（以下、Win10）投入に伴うセキュリティソフト需要の盛り上がり、同社が 2014 年より投入している超ホーダイ系のサービスであるとしている。

マイクロソフト社は、Win10 投入に際して、既存の一部の OS（Win 7、Win8、Win8.1）に関しては、1 年間に限り無償アップグレードを提供することを発表している。マイクロソフト社は、従来は、既存 OS に対して有償アップグレードを受け付けていた。今回は、期間限定の無償アップグレードが可能となるため、短期間で Win10 への OS の入れ替えが発生する可能性もあり、それに伴う同社製品の買い替えも期待できる。

同社によれば、無償アップグレードの対象 OS（Win7、Win8、Win8.1）関連の同社製ソフトの利用者数は約 300 万人であるとのこと。これにソフト単価 1,500 円を乗じた約 45 億円が Win10 アップグレードのポテンシャル需要であるとしている。

同社は今期計画策定にあたって、約 300 万人の 30%に相当する約 90 万人が今期中にソフトを買い替え、同社はその約 90 万人の 25%に相当する約 23 万人を獲得すると想定したとのこと。このため、同社では、この約 23 万人にソフト単価約 1,500 円を乗じた 3.5 億円程度を Win10 の一時的なアップグレード需要として、今期計画に織り込んだとしている。

同社では、前提に使用した数字は、これまでのソフト更新時の数字や同社の店頭販売シェアを参考に慎重に見積もったとしている。ただし、Win10 が無償アップグレードを提供していることを鑑みれば、実際の買替率は 30%を大幅に超える可能性もある。また、同社の獲得率 25%（すなわち、自社の対象製品ユーザーの 75%が他社に移る）前提も保守的であるとみられる。このため、SR 社では、この Win10 の今期の売上寄与は会社計画を上回る可能性が高いとみている。

また、昨年度より投入している超ホーダイ系のサービスは納入先事業者の販売体制が整ってきたことや、キャリアの SIM ロック解除の動きなどによる、下半期からの寄与拡大を期待しているが、予想は慎重に見積もっているもようである。

費用面では、販管費率が上昇する計画である。同社によれば、増加分の半分近くは人件費増加であるとのこと。将来の収益拡大に向けた企画・開発・営業関連の人員強化を計画しているもようである。それ以外の項目ではシステムに関する業務委託費や、昨年のシステム投資に関わる減価償却費の増加などを見込んでいるとしている。



配当予想

同社は、2015 年 3 月期の 1 株当たりの期末配当金を当初予想の 3 円 59 銭 (配当性向 10%) から 0 円 24 銭増配の 3 円 83 銭 (配当性向 10%) とした。2016 年 3 月期についても、経営状況を勘案し予想配当性向を 15%とし、1 株当たり 4 円 28 銭の実施を予定している。

同社の販売チャンネルは EC や量販店が中心であったが、キャリア向けの比率も上昇傾向にある。また、超ホーダイ系サービスの投入により新たな販路の増加も期待できる。このため、これらの販売チャンネルで販売する製品の獲得に意欲的である。財務状況の好転により、手元キャッシュにも余裕が出てきたため、買収等による製品取得も含めて、積極的な製品拡充を検討しているもようである。これと同時に、株主還元についても、成長投資とのバランスを見ながら充実させていくとしている。

過去の会社予想と実績の差異

期初会社予想と実績 (百万円)	08年3月期 単独	09年3月期 単独	10年3月期 単独	11年3月期 連結**	12年3月期 連結	13年3月期 連結	14年3月期 連結	15年3月期 連結
売上高 (期初予想)	12,721	14,161	10,900	6,013	4,590	5,315	5,383	6,153
売上高 (実績)	13,251	9,630	6,429	3,996	5,287	5,157	5,736	6,089
期初会予と実績の格差	4.2%	-32.0%	-41.0%	-33.5%	15.2%	-3.0%	6.6%	-1.0%
営業利益 (期初予想)	921	1,108	280	331	210	356	819	1,303
営業利益 (実績)	966	-2,457	-839	-402	301	773	1,246	1,303
期初会予と実績の格差	4.9%	-	-	-221.5%	43.3%	117.1%	52.1%	0.0%
経常利益 (期初予想)	829	1,012	181	271	162	324	802	1,302
経常利益 (実績)	919	-2,522	-901	-448	267	729	1,226	1,312
期初会予と実績の格差	10.9%	-	-	-	64.6%	124.9%	52.8%	0.8%
当期利益 (期初予想)	703	528	173	241	160	330	833	1,140
当期利益 (実績)	767	-2,777	-1,065	155	421	805	1,221	1,214
期初会予と実績の格差	9.0%	-	-	-35.8%	163.2%	144.0%	46.5%	6.5%

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

**同社は2011年3月期より、連結決算を発表している。

2008 年 3 月期まで、概ね順調に業績拡大を続けて来た同社であったが、2008 年に起こったリーマンショック後の金融収縮の影響で、家電量販店をはじめとする各小売店の在庫調整が急速に進み、同社の出荷が伸び悩んだ。このため、同社は 2009 年 3 月期以降の同社業績は大きく変動している。しかし、2012 年 3 月期以降の業績は、在庫水準の見直しと製品の絞り込みにより収益の安定化が進み、好調を維持している。2015 年 3 月期の営業利益も、「Windows XP」サポート終了によるソフトの入替需要の終息などの影響で家電量販店チャンネルの売上高は減少したものの、前期比で増益を達成し、期初計画並みの水準を確保している。



中長期見通し

同社は中期計画を公表していない。ただし、中期的には、取扱商品の拡充による企業規模の拡大を通じて、時価総額で 1,000 億円に達することを目標にしているとのことである。

2,500 万台強の PC ポテンシャルユーザー

同社によれば、事業の将来予測は、市場動向と過去からの製品売れ行きに基づく経験則を用いて予測しているとのこと。国内の PC 稼働台数に関しては正確な統計がないものの、同社は、年間 1,000 万台程度の出荷で、使用期間を 5~6 年とすれば、5,000~6,000 万台程度の稼働があると推定している。このうち、同社のターゲットであるコンシューマー層が半分とすれば、2,500 万台強のポテンシャルユーザーがいると同社はみている。同社は PC ソフトの店頭販売の最大手であるが 2014 年 3 月期の売上高は 57 億円強に過ぎない。同社によれば、ユーザー単価を年間 3,000 円~5,000 円とすれば、2,500 万台のポテンシャル市場から 100 万台のユーザーを新たに獲得するだけでも 30~50 億円の売上増になりうるとのこと。同社では、国内の PC 市場は成熟化しつつあるが、PC ソフトの使用頻度は未だ開拓の余地があり、成長ポテンシャルは大きいとみている。

6,000 万台のスマートフォンポテンシャルユーザー

スマートフォン普及によって、新たなソフトウェアの使い方も広がりつつある。このため、同社は、スマートフォン向けの製品にも積極的に関わっている。同社によれば、スマートフォンの年間出荷台数は 3,000 万台程度であり、使用期間を 2 年と仮定すると、6,000 万台程度の稼働が見込めるとのことである。同社は、自社開発や他社開発にこだわらずユーザーニーズのあるスマートフォン向けアプリの品ぞろえに注力している。この結果、通信会社の定額アプリ取り放題サービスでは、多数の同社製アプリが上位にランクインしている。これらの点から、同社はスマートフォンの普及に伴う成長ポテンシャル拡大にも期待しているとのことである。

ポテンシャル市場 2,500 万台に対し仮に 100 万件のユーザー獲得で大幅増益も可能

同社の主力製品であるセキュリティソフト業界は、3 社寡占の状態である。同社は、割安で、更新料無料のセキュリティソフト製品を販売しているが、他の 2 社は、高めの導入単価を設定し、更新料も徴収するビジネスモデルを維持しており、同社には追従していない。これは、同社は同分野で新興勢力のため、このような攻めの事業展開に際して、代償として失うものがほとんどなかったが、他の 2 社は既存ユーザーからの収益基盤を毀損するリスクがあったためだとみられる。割安な料金を武器にして同社のシェアは上昇傾向にある。この流れは、今後も続くと思われる。

同社では、ポテンシャル市場 2,500 万台に対し仮に 100 万件のユーザーが新たに獲得できれば 30~50 億円の増収効果になりうるとみている。これは、現在の売上総利益率で考えれば、



22～36 億円の増益要因に相当する。同社は採算性を重視しており、大きな市場変化が無い限り採算性が大幅に悪化することはないと見られる。従って、100 万件のユーザーが獲得できれば、営業利益で 35～50 億円（2014 年 3 月期の 3～5 倍の水準）の達成も視野に入るであろう。



事業内容

ビジネスの概要

店頭販売 PC ソフトで業界最大手。セキュリティソフトに強み

同社は、PC ソフトとスマートフォン向けアプリケーション（アプリ）の企画・開発・販売を行っている。また、PC ソフト登録ユーザーの購入頻度をあげるために、PC ソフトを EC 販売（インターネット販売）する同社の WEB サイトではハードの販売も行っている。同社は、PC ソフトの設定単価を安くして取扱数量を増やす施策や、セキュリティソフトの更新料を無料にする施策（ZERO モデル）などを用いたコモディティ化戦略で他社との差別化を図っている。また、少数の自社開発ソフトのみを扱うソフト会社が多い中で、同社は他社製品も積極的に取り扱っている。2013 年からは、PC ソフトの使い放題サービスも提供するなど、常に業界に先駆けて新しいサービスを提供している。

PC ソフト分野での主力製品は、更新料 0 円で人気を得た ZERO ブランドのセキュリティソフトである。同社の売上の 2 割～3 割はセキュリティ関連ソフトが占めている。その他にも「いきなり PDF」「筆王」「B's Recorder」などの人気シリーズを有しており、フルラインアップ戦略に基づき、数多くのタイトルを提供している。

なお、同社は、主力のセキュリティソフトで大手 3 強の 1 角であり、2014 年メーカー別のセキュリティソフト販売本数*では 21.91%のシェアを獲得している。

*2014 年 1 月～12 月メーカー別販売本数。全国有力家電量販店の販売実績を集計するジーエフケーマーケティングサービスジャパン株式会社（以下、GfK Japan 社）調べ。

同社躍進の契機となったコモディティ化戦略の導入

同社は、コンピューターソフトの企画・開発・販売を目的として、1996 年に創業された。当初は、PC のタイピング練習ソフト『特打』などの特徴ある製品を展開していた。しかし、同社の大きな転機になったのが、2003 年 2 月に導入したコモディティ化戦略である。この戦略のもとで、同社は 5,000 円から 1 万円で販売していた主力製品の価格を 1,980 円に引き下げた。単価を下げる代わりに数量を伸ばす薄利多売モデルの導入である。この施策が奏功し、同社はシェアと販売数量を伸ばすことに成功した。

その勢いをさらに加速させたのが、2006 年 7 月に発売した、年間更新料無料のセキュリティソフト『ウイルスセキュリティ ZERO』である。この『～ZERO』の基本的な発想もコモディティ化戦略に通じる薄利多売モデルである。『ウイルスセキュリティ ZERO』は、他社のセキュリ

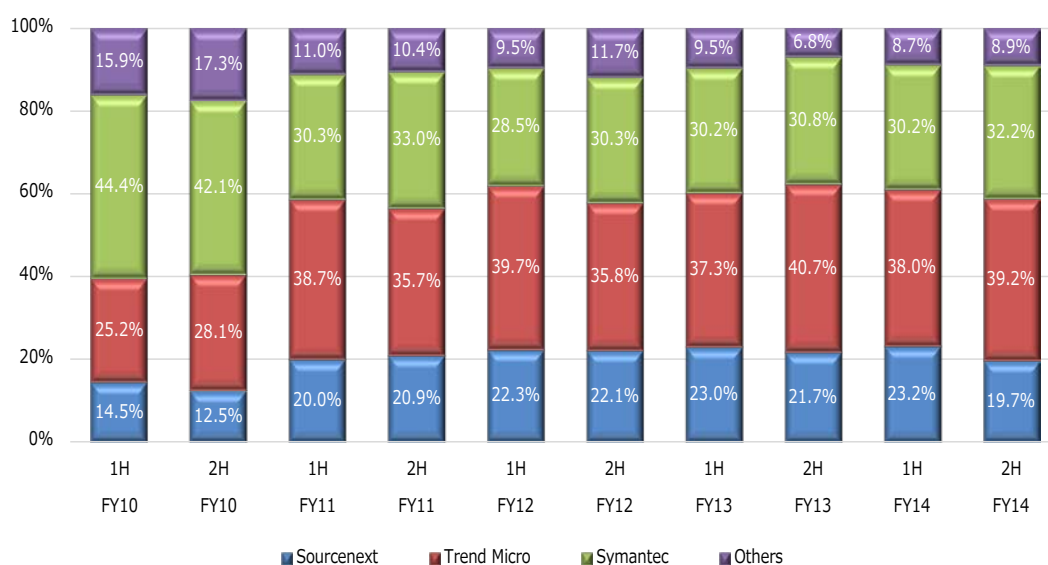


ティソフトでは定期的に必要な更新料が不要だけでなく、煩雑な更新作業が不要で、初期コスト（パッケージ価格）も割安だったため、人気を集め、同社をセキュリティソフト市場でトップのポジションに押し上げている。また、この更新料が不要である同製品は、同社に対して販売数量増だけでなく、更新時のユーザーからの問い合わせなどに係るコールセンターのサポートコスト等を軽減するメリットをもたらしている。

なお、大手のPCソフト会社は自社開発製品にこだわる傾向があり、取扱製品数も限られていた。しかし、同社はマーケティングを強く意識した会社である。同社は、自社開発製品にこだわらず、ユーザーニーズのある製品を市場にいち早く上梓することを優先している。このため、将来性のある他社開発製品も積極的に取り扱っており、販売本数を伸ばしている。

量販店での販売を中心にシェアを伸ばした同社であるが、2008年のリーマンショックを契機とした金融収縮により、過剰在庫が問題となり、一時的に業績が大きく落ち込んだ。しかし、在庫水準や販売経路の見直しを実施したことにより、収益は再度好転しており、拡大基調にある。調査機関 GfK Japan 社調べによる 2013 年の店頭 PC ソフト販売ランキングでは、同社は総合販売ジャンルで 1 位を獲得。また、24 ジャンルのうち、5 ジャンルで 1 位を確保している。

セキュリティジャンル販売本数のシェア推移

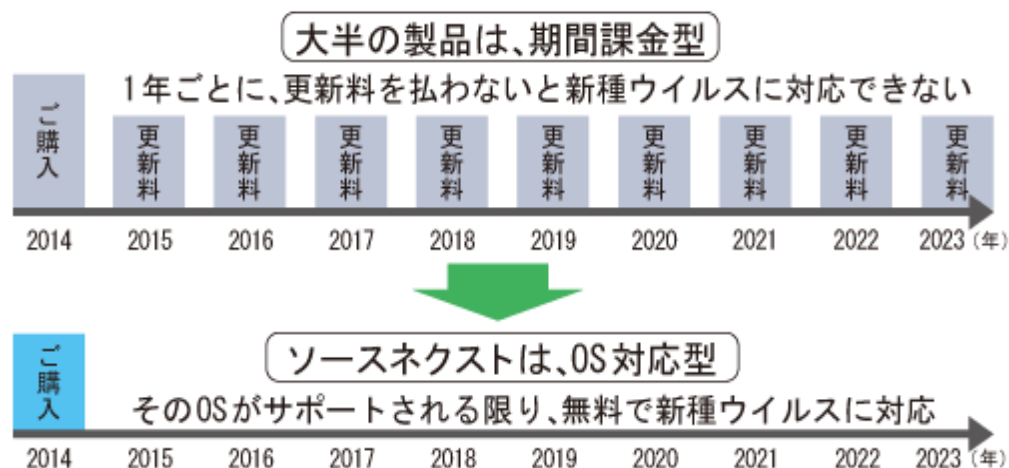


出所：同社決算説明会資料（GfK Japan 社調べ）をもとに SR 社作成



更新料無料（ZERO）モデルの概要

同製品は一定期間ごとに（毎年など）かかるセキュリティソフト更新料を 0 円にしたものである。同製品は、購入時の対応 OS がサポートされている限り、期限切れにならずに、自動アップデートで常に最新版を使うことができる。ソフトのバージョンアップがあった際も無料である。同製品の対応 OS 範囲内であれば、OS を乗り換えた際も旧 PC のエントリーを削除すれば引き継いで使い続けられる。なお、購入時に対応が明記されていない、将来発売される新 OS はサポート対象には含まない。



出所：同社 HP をもとに SR 社作成

同社の現行セキュリティソフトの対応 OS とサポート期間（2015 年 4 月現在）

Windows 10	・同 OS のサポート期限まで
Windows 8	・2023 年 1 月 10 日まで
Windows 7	・2020 年 1 月 14 日まで
Windows Vista	・2017 年 4 月 11 日まで
Windows Server 2008 Foundation	・2019 年 7 月 9 日まで

・期限切れなしで使える期間は、マイクロソフト社がセキュリティ修正プログラムを提供する公式サポート期間に準じる。対応 OS が同社のサポート期間内であれば、別の OS に引き継いで使い続けられる。購入時に対応が明記されていない、将来発売される OS はサポート対象外である。

・OS の公式サポート終了した Windows XP については、ワクチンファイルは 2015 年 12 月末まで提供を継続するが、同社のサポートも対象外となる。

出所：同社 HP をもとに SR 社作成

初期コスト（パッケージ価格）に更新料を上乗せする料金体系

セキュリティソフトの新規開発や更新にかかるコストは固定費であり、販売数の大小によって変わるわけではない。同社によれば、2年目以降に年間更新費用を課したとすると、実際更新する比率は5割～6割程度とのこと。追加料金や煩雑な更新作業のために、毎年、4割～5割のユーザーが更新を諦めるため、更新料での回収は思ったほど大きくはないとのことである。また、更新を無くせば、更新時のユーザーからの問い合わせなどに係るコールセンターのサポートコスト等を軽減するメリットも期待できる。そこで、当初同社は、初期コストに更新料を上乗せして、更新料を無料にしようと考えた。それをさらに進めて、初期コスト自体を割安にするという、販売数量で稼ぐコモディティ化戦略を組み合わせ、パッケージ価格も3,780円に設定した。この更新料0円モデルは2006年7月に導入された。

当時の競合他社製セキュリティソフトは、初期コストが7千円前後で、2年目以降の年間更新料がその6～7割の4～5千円程度であったことを考えれば、0円モデルは画期的な料金体系であった。このような割安料金体系を導入したことで、同社セキュリティソフト ZERO シリーズはセキュリティソフトのユーザー層や取扱店舗を広げヒット製品となった。

1 ユーザー当りの期待収入は同業他社の3分の1程度だが、数量効果で金額シェアは上昇
Windows シリーズの OS を提供するマイクロソフト社は、製品サポートライフサイクルの基本ポリシーによって、製品発売後、最低5年間のメインストリームサポートと、最低5年間の延長サポート(合計最低10年間)を提供している。このため、OSの平均使用年数を5年と仮定した場合の1ユーザー当りの平均的な期待収入は以下の様に試算される。

競合他社	初期コストを7,000円、年間更新料を4,500円、毎年45%の人が更新を諦めると仮定した場合は、 1年目： 7,000円 2年目： 2,475円 = 4,500円 × 55% 3年目： 1,361円 = 4,500円 × (55%) ² 4年目： 748円 = 4,500円 × (55%) ³ 5年目： 411円 = 4,500円 × (55%) ⁴ 合 計：約12,000円
同社	更新料は0円のため初期コストの3,980円のみ

出所：SR社作成

競合他社の期待収入は約12千円となり、期待収入が4千円弱である同社の約3倍の水準となる。セキュリティソフトの開発にかかる費用が同じだとすれば、同社は3倍のユーザーを集めれば、競合他社と同じ収益を確保できることになる。ただし、実際には、更新を促すためのマーケティングコストも必要であると考えられるため、必要とされるユーザー数は3倍



よりも少ない水準であると考えられる。

現在、同社製セキュリティソフトは、従来の半額である 1,980 円に価格改定されている。これに対して、同業他社の実質的な設定料金はさほど低下していない。このため、同業他社と同じ収入を得るためには、より多くのユーザー数が必要となる。しかし、手頃な料金と相まって、同社の契約数および販売金額の市場シェアは着実に上昇している。

更新料無料のモデルは 2015 年 6 月時点でも当社のみ

同社は ZERO シリーズの裾野の拡大を図るために、2010 年 8 月には本体価格を従来比で半額の 1,980 円に改訂している。下表が主なセキュリティソフトを比較したものである。2014 年 3 月時点で、他の大手ソフト会社もソフト本体に 2 年間や 3 年間の更新料を含めたパッケージ料金を導入しているが、更新料無料のモデルは実現していない。既存の契約者ベースの影響を考慮したものであるとみられる。

各社のダウンロード版セキュリティソフトの比較

	トレンドマイクロ社	同 社	シマンテック社
製品名	ウイルスバスタークラウド™	ウイルスセキュリティ ZERO	ノートン™インターネットセキュリティ
各社のホームページの価格(税抜)	4,750 円 (1 年版) 8,556 円 (2 年版) 11,241 円* (3 年版) (*キャンペーン価格は 9,547 円)	1,980 円 (対応 OS のサポート期間が終了するまで無期限)	6,480 円 (1 年版) 10,980 円 (2 年版) 11,880 円 (3 年版)
特 徴	3 台まで	3 台用は 4,980 円 (無期限)	3 台まで

注 1) 価格は 2015 年 6 月 5 日時点

注 2) 各社のダウンロード版の価格。税込表示の場合には 1.08 で除した値を算出した。

出所：各社 HP をもとに SR 社作成。

市場における新規シェアは約 2 割だが、累積登録ユーザー数は 924 万人以上

同社は、2003 年までは米マカフィー社のセキュリティソフトを販売していたが、その後自社製に切り替えて、インドの K7computing 社に開発を委託している。現在同社のセキュリティソフトシリーズは、既述した 1,980 円の普及版から、AV-TEST で 2 年連続総合性能 No.1 を獲得した Bitdefender 社のエンジンを使用した上級版まで 3 種類のラインアップで、幅広いユーザーのニーズに対応している点が特徴である。

同社によれば、市場における同社製セキュリティソフトの市場シェアは全体の 2 割程度であ



るが、2015 年 3 月末時点のウイルスセキュリティ ZERO の登録ユーザーは累積で 924 万人以上いるとのことである。

セキュリティソフト ZERO シリーズの概要は以下に示す通りである。

セキュリティソフト ZERO シリーズの概要

	スーパーセキュリティZERO	クラウドセキュリティZERO	ウイルスセキュリティZERO
	Bitdefender Total Security 	eScan Internet Suite 	K7 Total Security 
主な特徴	機能も性能も、最高レベル	低価格で、高性能	1 番安く、軽い
想定ユーザー	一番よく使うパソコンに 送金・買い物、SNSをする人に 盗難対策、暗号化も	ネットを使うパソコンに できるだけ安くしたい人に 重要書類の安全消去も	サブパソコン、旧パソコンに 少しでも安く抑えたい人に 軽さを求める人にも
標準価格（税抜）*	1台用：3,990円 3台用：9,980円	1台用：2,839円 3台用：6,648円	1台用：1,980円 3台用：4,980円
ホームページ価格	同上	1台用：2,780円 3台用：5,505円	1台用：1,980円
基本機能	ウイルス対策、脆弱性の検査、ファイアウォール、個人情報保護、フィッシング対策、Webフィルタリング、ペアレナリティコントロール、迷惑メール対策		
その他の機能 A	ファイルの安全消去、パフォーマンス最適化		—
その他の機能 B	決済ブラウザ、仮想ブラウザ、SNS対策、ホームネットワーク管理、盗難対策、パスワード管理、動作レポート	—	—
付属アプリ	1台用：— 3台用：●	—	—
Android用セキュリティアプリ			

注：同社HPをもとにSR社作成

*価格は2015年6月5日時点。なお、年額2,760円（税抜）の『超割ダウンロード』に申し込めば、1年間いつでも同社製品のダウンロード版ソフトが標準価格の半額で購入できる。例えば、スーパーセキュリティZERO（1台用）も半額の1,995円で購入できる。

新たな使い方を提案するソフトの使い放題サービス

通信会社や ISP 企業との提携で 2013 年より PC ソフトの使い放題サービスを開始
PC ソフトの価格破壊を行った同社が新しい取り組みとして 2013 年から始めたのが、PC ソフトの使い放題サービスである。販売の窓口となるのは、通信会社（キャリア）やインターネットプロバイダー（ISP）企業である。これらの会社は、このサービスに係る PC ソフトの



提供を同社より受けて、各社ブランドのサービスとして拡販を行っている。各社によって料金は若干異なるものの、PC ソフトが使い放題となる同サービスの月額提供料金は 525 円～590 円（税込）である。使い放題の対象となるコンテンツは、同社が厳選する PC ソフト 50 タイトル（セキュリティやはがき作成ソフトなど）以上となっている。

同サービスを最初に採用したのが東日本電信電話株式会社（東証 1 部 9432、以下、NTT 東日本社）である。NTT 東日本社は、2013 年 5 月に「PC ソフト使い放題 on フレッツ」として開始した。2013 年には、6 月に UQ コミュニケーションズ株式会社が、8 月に九州通信ネットワーク株式会社が、11 月に株式会社フォーバルテレコム（東証マザーズ 9445）が、12 月に大分ケーブルテレコム株式会社が、2014 年 4 月 1 日には株式会社ベネフィットジャパン、5 月 1 日には愛媛 CATV が採用しており、採用する企業は着実に増加している。

2014 年 6 月からは PC ソフト使い放題サービスの自社ブランド「超ホーダイ」も提供開始
同社はこの PC ソフトの使い放題サービスの自社ブランドも「超ホーダイ」として販売している。まず、2014 年 6 月 10 日にダウンロード版を発売。2014 年 7 月 18 日からは、この「超ホーダイ」のパッケージ版を全国の家電量販店などで発売している。この「超ホーダイ」では、年間定額で 120 タイトル以上の PC ソフトの最新版が自由に利用できる。ダウンロード版とパッケージ版は同料金であり、1 年版の料金は 4,980 円、3 年版は 12,800 円（いずれも税別）である。

「超ホーダイ」でユーザーのみならず家電量販店への訴求力アップ

「超ホーダイ」によって、同社は複数の PC ソフトを定額で使える割安感をユーザーに訴求できる。またそれと同時に、同社はソフト資産の稼働率アップとパッケージ 1 本当当たりの単価を引き上げることも可能となるとみられる。

なお、家電量販店における同社製品の販売は、PC コーナーで PC 購入時に併せて同時に購入される場合と、PC ソフトコーナーで単品で購入される場合がある。同社の 2014 年 4 月のセキュリティ製品の店頭販売数量シェア（GfK Japan 調べ）は 26.6%で業界第 3 位であった。ただし、同社の推計値によれば、PC との同時購入を除いた場合の店頭シェアは 40%強の水準であり、圧倒的な 1 位であったとのこと。この理由としては、PC との同時購入の場合には、量販店の販売員の推奨がソフト購入の鍵を握る場合が少なからずあるが、販売員はどちらかと言えば、単価の高く販売手数料を稼げる同業他社のソフトを推奨する傾向があるためだとみられる。

この点は、他の大手 2 社に対して後発であり、コモディティ戦略でユーザーにソフトの割安感をアピールする同社にとっては不利なところであった。このため、ユーザーに対する割安感のアピールと製品単価アップの実現が期待される「超ホーダイ」はユーザーのみならず、販売窓口である量販店への訴求力拡大が期待される製品であるとみられる。



なお、同社は、2014年10月より、スマホアプリが定額料金で使い放題の自社サービス「アプリ超ホーダイ」を発売した。このサービスは、イオンリテール株式会社やビッグロブ株式会社をはじめとする、格安スマホ・SIM 関連事業者と協業し、一般顧客向けに提供されるものである。同社では、セキュリティから人気ゲームまで、100 タイトル以上の厳選された高品質なアプリが簡単に利用できることから、今後の需要拡大が見込まれるとしている。

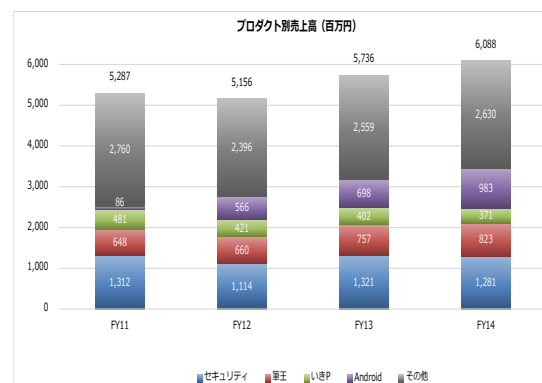
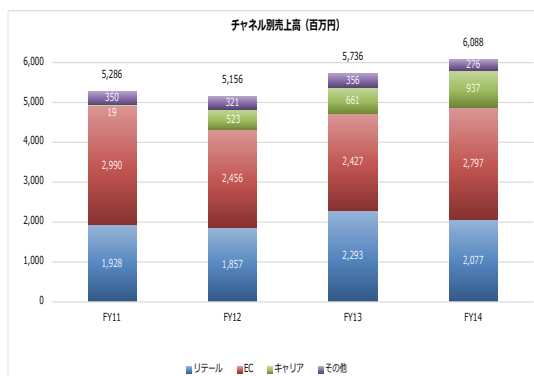
在庫リスクを軽減する新たな取り組み

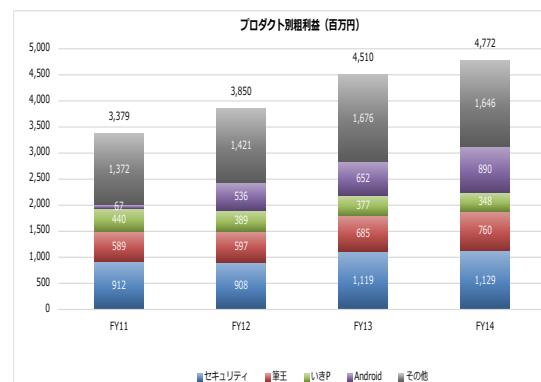
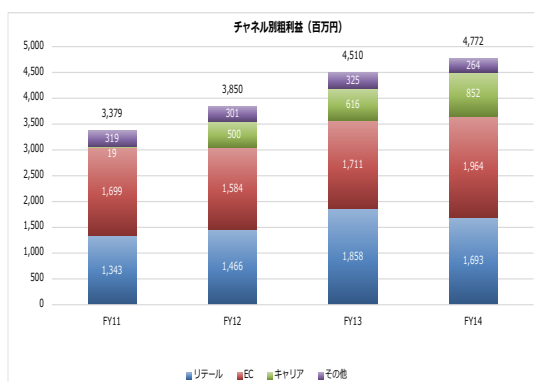
この「超ホーダイ」のパッケージ版には、POSA*技術を導入したプリペイドカードを搭載したものもある。同社によれば、この POSA 技術を活用すると、小売店では POS レジを通した時点で製品が有効化され、仕入れが発生するとのこと。このため、小売店や同社にとっては、過剰在庫などの在庫リスクが軽減される。さらに、小売店では紛失・盗難などの損失リスクもなくなる。同社では、「超ホーダイ」以外での POSA 対象製品の拡大についても、今後順次検討する意向である。

* POSA(ポサ)とは、Point of Sales Activation の略称で、インコム社の登録商標。レジを通して支払を完了した後に、初めて有効になる技術を使用したプリペイドカードのことである。購入者はカードに表示された番号をオンライン上で入力することで、商品の利用が可能になる。

製品戦略：取扱製品の分野を広げて、売れ行きの波を分散

価格戦略と同様に、同社の戦略の重要なカギを握るのが取扱製品の幅である。同社の事業は、単一セグメントであるため、販売実績については製品分野別に記載されている。この製品分野のうちで、最も高い販売構成比を占めるのが、同社の看板製品でもあるセキュリティソフトの分野である。しかし、同分野の販売構成比でも 20~30%程度に過ぎず、取扱分野は広く分散している。





出所：同社決算説明会資料をもとに SR 社作成

これは、単品に依存することから生ずるリスクを回避するためである。PC ソフトは、自社や他社による新製品の投入動向に変化が生じると、製品の販売動向にもブレを生じやすい。同社では少数ソフトへの依存リスクを分散し需要の極大化を図るために、将来成長が見込まれる他社の開発製品も積極的に取り扱っている。

同社は、基本的には採算性の良いもの、よく売れるものを扱う戦略であり、自社製品や他社製品の区分にこだわりはないとのこと。同社にとっては、市場ニーズのある製品をいち早く上梓することが最優先事項である。このため、まず、このニーズを充足する製品が市場にあるかどうかを調査し、良いライセンス条件を得られるのであれば他社製品を積極的に活用する。ライセンス条件が悪い場合やニーズを充足する製品が無い場合には自社製品の開発を行う判断を下すとのことである。また、他社製品に関しては、まず販売権を持つ。そして、成長が見込めるものは、他社から著作権や商標権等を買取り、自社製品に切り替える場合もある。ポテンシャルの高い製品に関しては、接触当初から、より関与を高めることもある。

なお、他社製品取扱のロイヤリティは、製品（プロダクト）にもよるが、数%から 50%程度であるとのこと。投資する場合には、同社の販路に乗せて、基本的に 1 年程度で投資額を回収できるか否かが判断基準であるとのことである。一方、自社開発の場合には数千万円程度、大型製品でマーケティングを伴う場合には 1 億円かける場合もあるとのことである。

「筆王」、「超ブルーライト削減」にみられる成功例

他社製品を自社に取り込んだ成功例が、同社の主力製品である「筆王」シリーズである。同製品は、2007 年 3 月に株式会社イーフロンティアから 8 億円で著作権および商標権を取得したが、初年度で 10 数億円の売上を計上するヒット製品となった。「いきなり PDF」は、当初はライセンス販売であったが、低価格 PDF ソフトの市場性の大きさを見越して自社開発を行った。この結果、「いきなり PDF」は現在の同社の人気シリーズ製品のの一つとなっている。その他に、ユーザーニーズに基づく自社開発で成功した例は、「超ブルーライト削減」や、「心に響くウェディングフォトムービー」などがある。



SOURCENEXT Inc.によるシリコンバレー企業との提携

2010 年に、同社は先駆的なクラウドサービスである Evernote といち早く提携し、パッケージ販売や PC ソフトとの機能連携など、さまざまなコラボレーションを推進してきた。2012 年 9 月には、海外の開発者側に食い込み、製品発掘力のさらなる強化を目指すために、米国シリコンバレーに現地法人 SOURCENEXT Inc.を設立した。それをきっかけに、シリコンバレーの先進 IT 企業との提携が増加している。

過去 2 年間の業務提携状況 (2015 年 4 月末時点)

時期	企業名	特徴
2013年4月	AnchorFree GmbH.	VPN 接続ソフトに関する世界有数の企業。PC、Mac、iOS、android 上で動作するコンシューマ向け VPN接続ソフトを提供。
2013年4月	Livescribe, Inc.	紙とペンの手書き文字をデジタル化しクラウドサービスと連携することで、書き込んだ文字や録音した音声にあらゆる端末からアクセスできるWi-Fi smartpenを提供する。
2013年4月	Smule, Inc.	スタンフォードの博士課程の学生や起業家によって2008 年共同設立。「音楽を通じて世界をつなぐ」を企業理念に、さまざまな音楽アプリを提供。
2013年8月	Unidocs Inc.	デジタルドキュメントソリューションを公的機関、教育・金融機関向けに提供。Android アプリ「ezPDF Reader」が2012年Google の「Best App」に選出。
2013年10月	Muvee Technologies Pte.Ltd	2001 年にシンガポールで設立された、インスタント・パーソナル・ビデオという新分野のバイオニア企業。独自の特許技術で、動画や静止画を自動編集してプロフェッショナル品質に仕上げるソフトウェアを保有。
2014年1月	GiggleUp Kids Apps & Educational Games Pty Ltd	多数の幼児向けアプリを保有するオーストラリアの企業。時計の読み方学習アプリ「楽しく時間をよもう」がある。
2014年3月	株式会社マネーフォワード	複数口座のデータを一括管理・家計簿を自動作成する家計簿アプリや法人・個人事業主向けの会計・確定申告サービスを保有する。家計簿アプリ「どこでも家計簿」、「マネーフォワード」を製品化。
2014年4月	Toca Boca AB	スマートフォンおよびタブレット用に20 以上の子供向け知育アプリを提供するスウェーデンの企業。多くのアプリが欧米諸国で表彰されるなど高い評価を受けている。
2014年5月	CloudMosa Inc.	1,000万ダウンロード以上の実績を持つウェブサイト閲覧用アプリ「PuffinWeb browser」を保有。
2014年6月	IPNOS SOFTWARE Inc.	シリーズ累計1,300万ダウンロードを超える睡眠補助アプリを保有。「Relax Melodies」は米国通販サイト「Amazon」にて2012年トップベストアプリに選出。
2014年8月	Les Trois Elles SAS	100年の実績を持つ教育法を基にした知育アプリ「モンテッソーリ・ファースト・オペレーション」を保有。
2014年9月	MicroWorld technologies Inc.	今後、同社が提供する「クラウドセキュリティZERO」の政界市場への投入を検討
2014年10月	JFPD Labs Ltd	「Paper Camera」をはじめとして「Paper artist」、「Camera2」など高機能なカメラおよび画像編集アプリを保有。
2015年2月	Mobo Studio S.C.	音声で設定時間を知らせるタイマー（アラーム）アプリ「Talking ClockPro」を保有。
2015年4月	Sony Creative software Inc.	放送業界、音楽業界、ゲーム業界などプロフェッショナルの現場で使われている映像編集ソフトの「Vegas」シリーズを提供。
2015年4月	ZVT Inc. Ltd	主にパソコンを中心とするマイグレーション（データ資産の移行）・障害回復分野で世界有数の企業であり、法人や一般家庭など幅広い顧客に向けた製品を提供。

出所：同社決算説明会資料などをもとに SR 社作成



販売チャネル：店頭販売と EC で多様なユーザーニーズに対応

同社は、リテール（店頭）販売と EC（インターネット）販売という 2 つの販売チャネルを軸に、事業を展開してきた。同社の組織構成もこのチャネルを軸として編成されている。一般的に、PC ソフトは初めて使う人にとって、その内容や利便性が分かりにくい場合がある。同社では、PC ソフトの説明が必要なユーザーに対しては、対面での店頭販売で対応し、分かりやすさを提供する。一方、説明が不要なユーザーや、同社の既存ユーザーに対しては EC 販売で利便性を提供している。最近では、第 3 の柱として、通信会社（キャリア）経由のスマートフォン向けアプリの売上が急成長中である。各チャネルの概要は以下の通りである。

リテール（店頭）販売

同社の店頭販売チャネルでは、家電量販店及び携帯ショップ等において、個人ユーザー向けの国内店頭市場の開拓・拡大を目的として、パッケージソフト製品等の販売活動を展開している。

リテール販売での同社の強みは、家電量販店と直接取引を行うことで、販売店との良好な関係を構築していることである。なお、量販店（ヨドバシカメラやヤマダ電機）と直接取引している大手ソフト会社は、同社だけであるとのこと。マイクロソフト社や、シマンテック社、Adobe 社などの大手ソフト会社も全てソフトバンク株式会社（東証 1 部 9984）の系列販売が担っている。同社も、1996 年の設立当時はソフトバンク社などの流通を通して販売していた。しかし、コモディティ化戦略を打ち出して以降は、2004 年 8 月から株式会社ヤマダ電機（東証 1 部 9831）と直接取引を開始した、その後、2005 年 3 月には株式会社ヨドバシカメラ、2006 年 6 月からは株式会社ビックカメラ（東証 1 部 3048）などとの直接取引を開始している。同社によれば、量販店と直接取引することで、利益が増えるだけでなく、展開強化にもつながり、競争上のアドバンテージに繋がっているとのことである。

EC 販売（インターネット販売）

同社の EC 販売チャネルでは、同社の web サイトに「ソースネクスト eSHOP」を併設し、PC ソフト製品のパッケージ販売、ダウンロード販売及び PC 関連機器を中心としたハードウェア等のインターネット販売を行なっている。

2014 年 3 月末時点の同社製品の累積販売本数は 4,074 万本であった。また、同社製ソフトの web 登録ユーザー数は 1,178 万人、メールニュース登録者数は 419 万人であった。同社によれば、同社製品を購入したユーザーが同社 web サイトにてユーザー登録することで、各ユーザー専用の「マイページ」の利用ができるようになっている。このマイページでは、ユーザーが購入した製品のバージョンアップ情報等の提供をするだけでなく、関連した他製品・サービスなどの販促を行なっている。リテールで同社製品を購入したユーザーを同社の EC サイトに誘導し、ユーザーの囲い込みとソフトの追加購入を狙う戦略である。同社によれば、これらの登録ユーザーに対してはダイレクトにマーケティングが実施できるため、新し



い製品を投入時の購買率が非常に高いとのことである。なお、PC ソフト登録ユーザーの購入頻度をあげるために、PC ソフトを EC 販売する同社の WEB サイトではハードの販売も行っている。

スマートフォン・通信事業者（キャリア）

スマートフォン向けビジネスとしては、同社は 2010 年 4 月に iPhone 向けアプリ事業に参入した。2011 年 9 月からは Android 向けアプリの開発・販売事業もスタートした。2014 年 3 月時点で、Android 用 20 タイトル、iPhone 用 4 タイトルを提供している。また、iPhone、iPad 向けには 2011 年 9 月に「超字幕」シリーズ（映画を丸ごと 1 本収録し、本格的な英語学習の機能を併せ持つソフト）を発売、現在は名刺管理アプリなども提供している。

Android 向けアプリでは、2012 年 3 月から KDDI 株式会社（東証 1 部 9433）のアプリ定額取り放題サービス「au スマートパス」に提供を開始しており、多数の採用アプリが上位にランクインしている。また、2013 年 5 月には株式会社 NTT ドコモ（東証 1 部 9437）のアプリ定額取り放題サービス「スゴ得コンテンツ」に提供を開始した。さらに、2014 年 8 月にソフトバンクモバイル社の「AppPass」に、同年 9 月には米国 Sprint Corporation の「App Pass」に提供を開始した。これにより、同社は、国内主要 3 キャリア全てにアプリを提供することとなった。この結果、現在のアプリ販売は、通信会社（キャリア）のアプリ定額取り放題サービス向けが主流になっている。

チャネル別の収益動向

販売チャネル別売上高は下記の通りである。スマートフォンへの対応を進めたために、モバイルの構成比が上昇している。同社によれば、一部の製品を除き、販売チャネルに差はないとのことである。

リテール経由の粗利率が劣る 2 つの理由

同じ製品を EC と店頭で販売する場合、チャネル別で粗利率を比較すると、2 つの理由により店頭販売の方が低いことが多い。その 1 つ目の理由は、物理的なパッケージの有無である。店頭販売はパッケージ代の分だけ粗利率が下がる。2 つ目は店頭販売の場合、同社からの卸値は店頭売価より安いいため、販売店のマージンがある分 EC より不利である。ただ、EC 販売全体と店頭販売全体で分けると、店頭販売の方が粗利率が良い場合がある。それは、EC 販売では主力のソフトウェア製品以外に、粗利率が低いハードウェア製品も扱っているからである。このため、プロダクトミックスにより全体では店頭販売の方が、粗利率が高くなる場合がある。

なお、EC 販売でハードウェア製品も取り扱う理由は、PC ソフト登録ユーザーの同社製品の購入頻度をあげ、ユーザーと同社との関係をより密接にするためである。ハードウェアは仕



入れ製品であるため、利益額はある程度とれるが、利益率は低下する。

チャネル別販売実績の動向

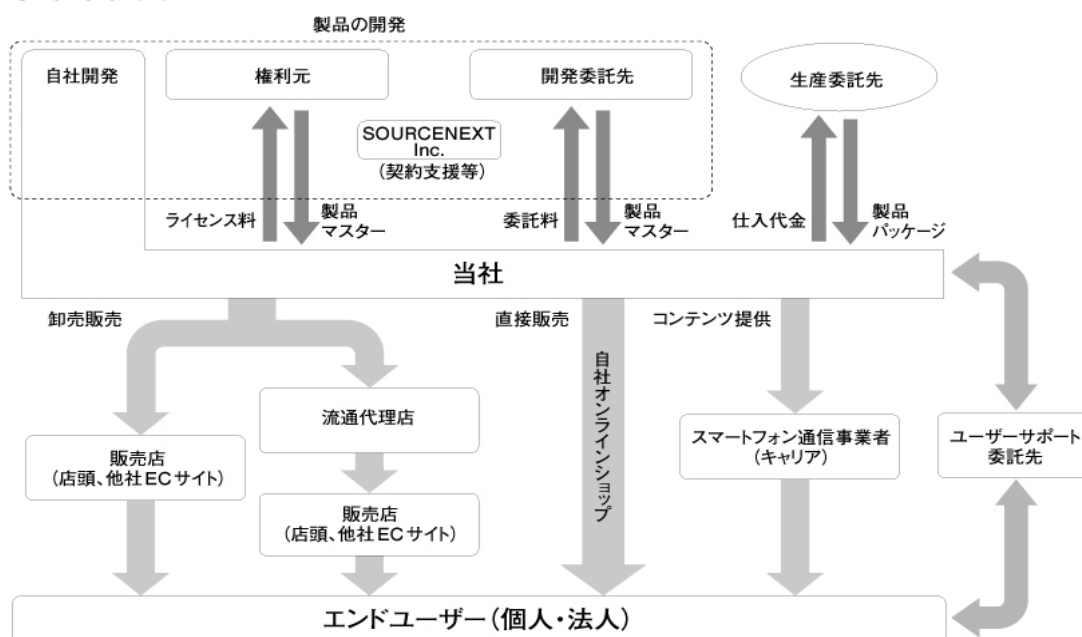
(百万円)	販売高（旧区分）			販売高（新区分）		販売構成比（旧区分）			販売構成比（新区分）	
	12年3月期	13年3月期	14年3月期	14年3月期	15年3月期	12年3月期	13年3月期	14年3月期	14年3月期	15年3月期
スマートフォン事業者	19	523	661	662	937	0.4%	10.1%	11.5%	11.5%	15.4%
自社オンラインショップ	2,989	2,456	2,427	2,428	2,797	56.5%	47.6%	42.3%	42.3%	45.9%
家電量販店・ECサイト	1,928	1,857	2,293	2,360	2,077	36.5%	36.0%	40.0%	41.1%	34.1%
その他	350	320	356	285	276	6.6%	6.2%	6.2%	5.0%	4.5%
合計	5,287	5,157	5,736	5,736	6,089	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

出所：同社有価証券報告書および決算短信をもとにSR社作成

注：15年3月期より、販売区分の一部を変更。2014年3月期の新区分の値は参考値

主な商流は、以下の通りである。

事業系統図



出所：同社有価証券報告書



主要製品の特長

2014年3月末日時点での製品数は609タイトル（アップグレード版等を含む）となっている。主要ブランドの概況は下記の通りである。

製品名	特徴
ウイルスセキュリティZERO	同社は2003年より展開していた自社ブランドのセキュリティ対策ソフトを、2006年からは更新料0円モデルの「ウイルスセキュリティZERO」として発売している。最新の「ウイルスセキュリティZERO（Windows 8 対応版）」はパソコンソフト店頭市場の2013年ALLジャンル年間累計店頭販売本数第1位を獲得している（*1）。シリーズ全体の累計登録ユーザー数は890万人である。（2014年3月時点）
スーパーセキュリティZERO	同社は2011年12月より世界最高レベルの技術を持つBitdefender社のセキュリティソフトを「スーパーセキュリティZERO」として発売している。同ソフトは、AV-TEST（ドイツの第三者非営利評価機関）の品質評価テストにおいて2年連続総合性能No. 1を獲得している。また、同ソフトのエンジンを使用した製品は、全世界で5億人以上に利用されている。
「筆王」シリーズ	「筆王」は操作が簡単な住所録＆はがき作成ソフトで、2007年3月に商標権・著作権を取得した。同シリーズは2012年に続き2013年も2年連続でモデル別年間店頭販売本数第1位を獲得した（*2）。
「いきなりPDF」シリーズ	「いきなりPDF」シリーズは、電子文書の標準形式として定着しているPDFを手軽に作成できる製品である。同社によれば、低価格と簡単さでPDF作成ソフト市場を大きく広げたとのこと。PDFの作成だけでなく、編集や変換などラインアップを拡張し、目的に合わせて選べるようになっている。販売本数11年連続第1位を獲得するロングセラー製品であり、発売以降、累計183万本を突破している。また、約3,800社の法人にも導入されている。
「Android厳選アプリ」シリーズ	2011年より「Android厳選アプリ」シリーズとしてAndroidスマートフォン向けアプリケーションの販売を開始した。2012年3月にはKDDI株式会社のアプリ定額取り放題サービス「auスマートパス」に、2013年5月には株式会社NTTドコモの同サービス「スゴ得コンテンツ」にアプリケーションの提供をスタート。両サービス向けでは、「万能カメラ」や「驚速メモリ」などが人気を集めている。

（*1）「セキュリティ」「ビジネス」「システム環境」「業務」「実用」「グラフィック」「教育」「ユーティリティ」「他パソコンソフト」合計。全国有力家電量販店の販売実績を集計するジーエフケー マーケティング サービス ジャパン調べ（以下、店頭販売本数も同様）

（*2）2012年筆王Ver17、2013年筆王Ver18、パソコン用ソフト/実用から「ハガキ」を抽出 モデル別数量シェア

注：同社有価証券報告書をもとに SR 社作成

主なグループ会社（2014年3月末時点）

同社の関係会社は、連結子会社1社及びその他の関係会社1社で構成されている。連結子会社は、米 SOURCENEXT Inc. である。同社の詳細は以下の通りである。

名称	住所	資本金	主要な事業の内容	議決権の所有割合	関係内容	関係内容	関係内容
SOURCENEXT Inc.	米国カリフォルニア州	100 (千ドル)	海外のソフトウェアや技術の発掘・契約交渉及び米国における当社製品の販売	100.0%	コンサルティング契約の締結。	コンサルティング契約の締結。	コンサルティング契約の締結。
					役員の兼任2名	役員の兼任2名	役員の兼任2名

出所：同社有価証券報告書をもとに SR 社作成



収益性分析

在庫水準の改善で、筋肉質のコスト構造への転換に成功

(百万円)	単体業績動向							前期比増減						
	08年3月期	09年3月期	10年3月期	11年3月期	12年3月期	13年3月期	14年3月期	09年3月期	10年3月期	11年3月期	12年3月期	13年3月期	14年3月期	
単体売上高	13,251	9,630	6,429	3,996	5,287	5,157	5,736	-3,620	-3,202	-2,433	1,292	-131	580	
前期比	14.7%	-27.3%	-33.2%	-37.8%	32.3%	-2.5%	11.2%	-	-	-	-	-	-	
売上原価	5,903	5,430	2,850	1,930	2,327	1,685	1,507	-473	-2,580	-920	397	-642	-178	
売上比率	44.5%	56.4%	44.3%	48.3%	44.0%	32.7%	26.3%	11.8%	-12.1%	4.0%	-4.3%	-11.3%	-6.4%	
支払ロイヤリティ	1,745	860	731	454	562	537	633	-885	-129	-277	108	-25	96	
ソフトウェア償却費	577	428	290	222	249	184	221	-149	-138	-68	27	-65	37	
アフターサービス費	175	171	76	57	55	71	-28	-4	-95	-18	-3	16	-99	
製品評価損・廃棄損	645	876	729	299	91	45	31	231	-147	-430	-208	-47	-14	
売上総利益	7,348	4,200	3,579	2,066	2,960	3,472	4,230	-3,148	-621	-1,513	894	512	758	
同利益率	55.5%	43.6%	55.7%	51.7%	56.0%	67.3%	73.7%	-11.8%	12.1%	-4.0%	4.3%	11.3%	6.4%	
返品調整引当金増減	-106	-81	-92	391	31	17	7	25	-11	483	-360	-14	-10	
返品調整後売上総利益	7,242	4,120	3,487	2,457	2,991	3,489	4,236	-3,123	-633	-1,030	534	498	747	
単体販管費	6,276	6,576	4,326	2,859	2,690	2,717	2,994	300	-2,250	-1,467	-169	27	277	
同売上比率	47.4%	68.3%	67.3%	71.6%	50.9%	52.7%	52.2%	20.9%	-1.0%	4.3%	-20.7%	1.8%	-0.5%	
単体営業利益	966	-2,457	-839	-402	301	772	1,242	-3,423	1,618	437	703	471	470	
同利益率	7.3%	-25.5%	-13.0%	-10.1%	5.7%	15.0%	21.7%	-32.8%	12.5%	3.0%	15.8%	9.3%	6.7%	
たな卸資産	1,003	825	629	420	127	76	97	-178	-195	-210	-293	-51	21	
商品&製品	928	749	583	395	109	64	81	-179	-166	-188	-286	-45	17	
原材料及び貯蔵品	75	76	46	25	18	12	16	1	-29	-22	-7	-6	4	
たな卸資産回転月数	2.6	2.0	3.1	3.3	1.4	0.7	0.7	-0.5	1.0	0.2	-1.9	-0.7	-0.0	

注：同社有価証券報告書および会社取材をもとに SR 社作成

リーマンショックを契機に売上高は大幅に減少

2008 年 3 月期における同社の単体営業利益は 966 百万円となり、過去最高益を更新した。しかし、2009 年 3 月期の営業利益は一転して 2,457 百万円の赤字となった。多額の赤字を計上した主因は 2008 年に起きたリーマンショックの影響である。消費者の購買意欲減退によってソフトの販売本数が減少しただけでなく、同社製品を扱う販売店舗が手持ち在庫を縮小したことが重なって、同社からの出荷が大幅に減少した。この結果、2009 年 3 月期の売上高は前期比 27.3%減の 9,630 百万円、2010 年 3 月期は同 33.2%減の 6,429 百万円、2011 年 3 月期が 37.8%減の 3,996 百万円と 3 年連続で大幅な減収を記録している。

コスト構造の見直しを推進し、在庫水準が大きく改善

これを受けて、同社は製品在庫の稼働基準や生産プロセス、出荷プロセスの見直しを進め、在庫の適正化を図った。また、併せて低採算製品の絞り込みを推し進めた。さらに、本社移転を実施するなど、販管費の削減にも注力した。

この結果、2010 年 3 月期の在庫水準および売上総利益率は大幅に改善。営業利益の赤字幅も縮小した。同社はその後在庫水準の見直しを進めている。これに伴って、たな卸資産の回転期間は、2008 年 3 月期の 2.6 カ月から、2014 年 3 月期では 0.7 カ月にまで改善している。



大幅減収にもかかわらず、粗利率は改善傾向

2014年3月期の売上高は5,736百万円で、5年前の2008年3月期に対しては57%減の水準である。しかし、売上総利益率は2009年3月期の43.6%を底に改善傾向にあり、2014年3月期は73.7%に達した。2011年3月期には一時的に落ち込んでいるが、同社が、数量効果の極大化を狙って、2010年8月に主力製品である「ウイルスセキュリティZERO」(USBメモリ版)の販売価格を3,990円から1,980円に引き下げたためである。ただし、売価引き下げに伴う数量拡大効果でこれを吸収しており、2011年3月期以降も利益の改善傾向が続いている。

(%)	対売上構成比							前期比増減						対08年3月期 比増減
	08年3月期	09年3月期	10年3月期	11年3月期	12年3月期	13年3月期	14年3月期	09年3月期	10年3月期	11年3月期	12年3月期	13年3月期	14年3月期	
売上原価	44.5%	56.4%	44.3%	48.3%	44.0%	32.7%	26.3%	11.8%	-12.1%	4.0%	-4.3%	-11.3%	-6.4%	-18.3%
支払ロイヤリティ	13.2%	8.9%	11.4%	11.4%	10.6%	10.4%	11.0%	-4.2%	2.4%	0.0%	-0.7%	-0.2%	0.6%	-2.1%
ソフトウェア償却費	4.4%	4.4%	4.5%	5.6%	4.7%	3.6%	3.9%	0.1%	0.1%	1.1%	-0.8%	-1.1%	0.3%	-0.5%
アフターサービス費	1.3%	1.8%	1.2%	1.4%	1.0%	1.4%	-0.5%	0.5%	-0.6%	0.3%	-0.4%	0.3%	-1.9%	-1.8%
製品評価損・廃棄損	4.9%	9.1%	11.3%	7.5%	1.7%	0.9%	0.5%	4.2%	2.2%	-3.9%	-5.8%	-0.9%	-0.3%	-4.3%
売上総利益	55.5%	43.6%	55.7%	51.7%	56.0%	67.3%	73.7%	-11.8%	12.1%	-4.0%	4.3%	11.3%	6.4%	18.3%
返品調整引当金増減	-0.8%	-0.8%	-1.4%	9.8%	0.6%	0.3%	0.1%	0.0%	-0.6%	11.2%	-9.2%	-0.3%	-0.2%	0.9%
返品調整後売上総利益	54.7%	42.8%	54.2%	61.5%	56.6%	67.7%	73.9%	-11.9%	11.5%	7.3%	-4.9%	11.1%	6.2%	19.2%
単体販管費	47.4%	68.3%	67.3%	71.6%	50.9%	52.7%	52.2%	20.9%	-1.0%	4.3%	-20.7%	1.8%	-0.5%	4.8%
広告宣伝費	2.2%	2.5%	2.5%	3.3%	1.7%	2.0%	2.5%	0.3%	0.0%	0.8%	-1.6%	0.3%	0.5%	0.3%
販売促進費	11.4%	15.0%	10.6%	9.2%	7.5%	8.0%	7.7%	3.6%	-4.4%	-1.4%	-1.6%	0.5%	-0.3%	-3.7%
役員報酬	0.7%	1.1%	1.3%	1.7%	1.4%	1.8%	1.1%	0.4%	0.1%	0.4%	-0.3%	0.4%	-0.7%	0.4%
給料及び手当	3.9%	5.5%	7.8%	9.7%	6.7%	7.4%	7.1%	1.6%	2.3%	1.9%	-3.0%	0.7%	-0.3%	3.2%
賞与引当金繰入額	0.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	0.2%	0.3%	-0.1%	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	0.1%	0.2%
減価償却費	1.7%	2.4%	3.2%	5.2%	3.7%	3.7%	3.0%	0.6%	0.8%	2.1%	-1.6%	0.0%	-0.7%	1.2%
商標権償却費	0.9%	1.7%	2.6%	4.2%	3.1%	1.4%	0.6%	0.8%	0.9%	1.6%	-1.0%	-1.7%	-0.9%	-0.4%
業務委託費	13.7%	21.0%	19.6%	16.7%	12.2%	13.4%	16.4%	7.3%	-1.4%	-2.9%	-4.5%	1.2%	3.0%	2.7%
支払報酬	1.1%	1.4%	2.0%	2.7%	1.7%	1.6%	-	0.4%	0.6%	0.7%	-1.0%	0.0%	-	-
地代家賃	2.0%	3.0%	3.1%	2.8%	1.5%	1.5%	-	1.0%	0.1%	-0.4%	-1.2%	0.0%	-	-
その他	9.7%	14.6%	14.6%	16.1%	11.2%	11.7%	13.6%	4.9%	0.0%	1.5%	-4.9%	0.5%	1.9%	3.9%
うち研究開発費	0.3%	3.2%	2.3%	0.7%	0.2%	0.7%	0.4%	2.9%	-0.9%	-1.6%	-0.5%	0.5%	-0.3%	0.1%
単体営業利益	7.3%	-25.5%	-13.0%	-10.1%	5.7%	15.0%	21.7%	-32.8%	12.5%	3.0%	15.8%	9.3%	6.7%	14.4%

注：同社有価証券報告書および会社取材をもとにSR社作成

製品評価損・廃棄損と支払ロイヤリティ削減で売上原価率は劇的に改善

上表は、2008年3月期から2013年3月期までにおける売上原価および販管費の主要項目別動向を示したものである。売上原価の内訳をみると、製品評価損・廃棄損と支払ロイヤリティが大幅に減少していることが見て取れる。製品評価損・廃棄損の減少は在庫水準の改善に伴って過剰在庫の問題が解消されたことが主因だとみられる。

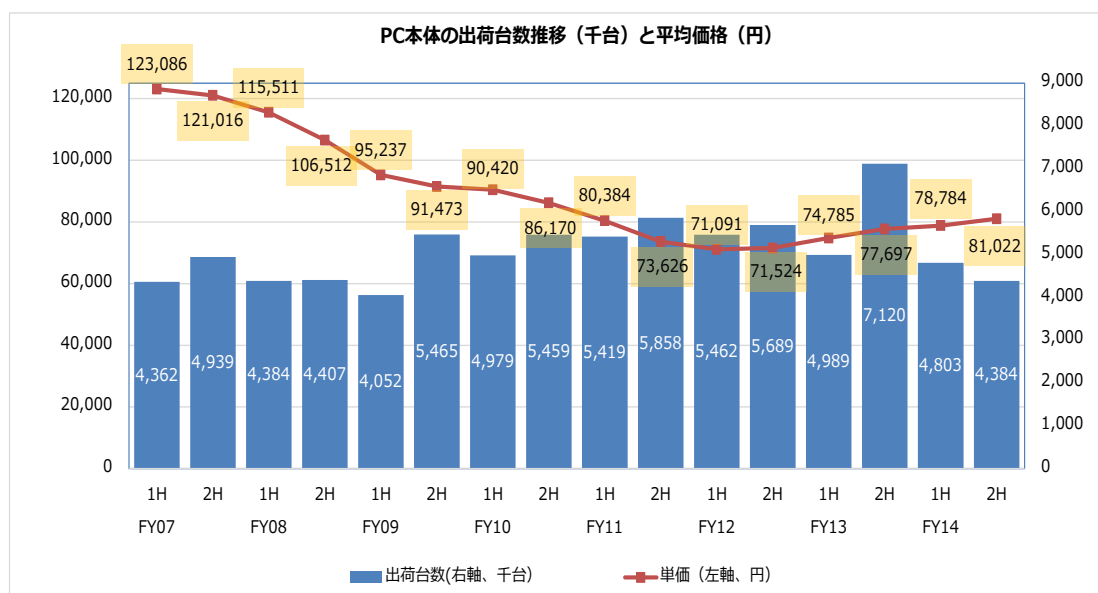
販管費は、販売促進費の削減で、上昇を抑制

一方、売上高の減少に伴って、販管費率は5年前の2008年3月期に対しては上昇している。ただし、同社は販売促進費を大幅に削減することで、販管費率の上昇を抑えている。在庫水準の改善に伴って、過剰在庫に対する販促費が抑制されたことが主因であるとみられる。



市場とバリュー・チェーン

PC 市場概略



出所：JEITA

電子情報技術産業協会（JEITA）が公表する資料によれば、2014 年度（2014 年 4 月～2015 年 3 月）の国内の PC 出荷台数は前期比 24.1%減の 9,187 千台となった。上半期は前年同期比 3.7%減の 4,803 千台であったが、下半期が同 38.4%減の 4,384 千台と大幅な減少であった。月次ベースでは、2014 年 5 月までは前年同月比でプラスであったが、その後はマイナス基調が続いた。これは 2014 年 4 月の WindowsXP サポート終了前の買い替え需要、同 4 月の消費税増税前導入の駆け込み需要などから 2013 年度が前期比 8.6%増となった反動があったものとみられる。2014 年度は、1,000 万台割れとなったため、5 年連続の 1,000 万台超えの達成は実現できなかった。しかし、2013 年度と 2014 年度の平均値は 1,000 万台を超える水準を確保している。このため、前年の特殊要因を除けば 1,000 万台レベルの安定した需要があるとみられる。保有台数に関する統計はないものの、同社によれば、使用年数を 5~6 年とした場合には、稼働台数は 5,000~6,000 万台程度になると推定できるとのこと。このうちの半分が同社のユーザーであるコンシューマー層だとすれば、2500 万件以上のポテンシャルユーザーが推定される。今後はスマートフォンの普及に伴い、出荷台数は減少していく可能性もある。しかし、本体使用期間の長さを考えれば、稼働台数が急激に減少する可能性は少ないとみられる。

2015 年夏の WindowsOS の次期バージョンである Windows10 が登場

同社のセキュリティソフトの販売もパソコンの買替特需を背景として活況を呈したが、2015 年 3 月期の販売は、この買替特需が終息したことにより、前期比でマイナスとなった。しか



し、2015年夏にはマイクロソフト社の次期OSであるWindows10が発売される予定である。マイクロソフト社は、これまでは既存のOSから新バージョンのOSへアップグレードする場合には原則として料金を請求するスタンスであった。しかし、このWindows10では、切り替え促進を狙って、Windows7およびWindows8.1を使用している個人や企業ユーザーには、Windows10の提供開始後1年間、無償アップグレードが提供されることが発表されている。期間限定の無償アップグレードサービスであるため、短期間でユーザーのアップグレードの動きが盛り上がりとみられる。なお、同社のセキュリティソフトは、OSのアップグレードに際して買い替えが必要となる。このため、Windows10の登場は同社のセキュリティソフトにとっても追い風になるであろう。

スマートフォン動向

スマートフォンの契約数の推移・予測



出所：MM総研（2014年4月予測）

MM総研の2014年10月の発表によれば、2014年9月末のスマートフォン契約数は6,248万件、フィーチャーフォン契約数は6,176万件となった。この2つを合わせた携帯電話端末契約数は1億2,424万件。スマートフォン契約数比率は50.3%となり、過半数を突破したとしている。2014年3月末からの半年間では、スマートフォンは514万件増加、フィーチャーフォンは292万件減少、合わせた携帯電話端末契約数は222万件増加した。

MM総研が2014年4月に発表した長期予測によれば、2019年3月末の携帯電話端末契約数は1億4,529万件となり、うちスマートフォン契約数は1億300万件でスマートフォン契

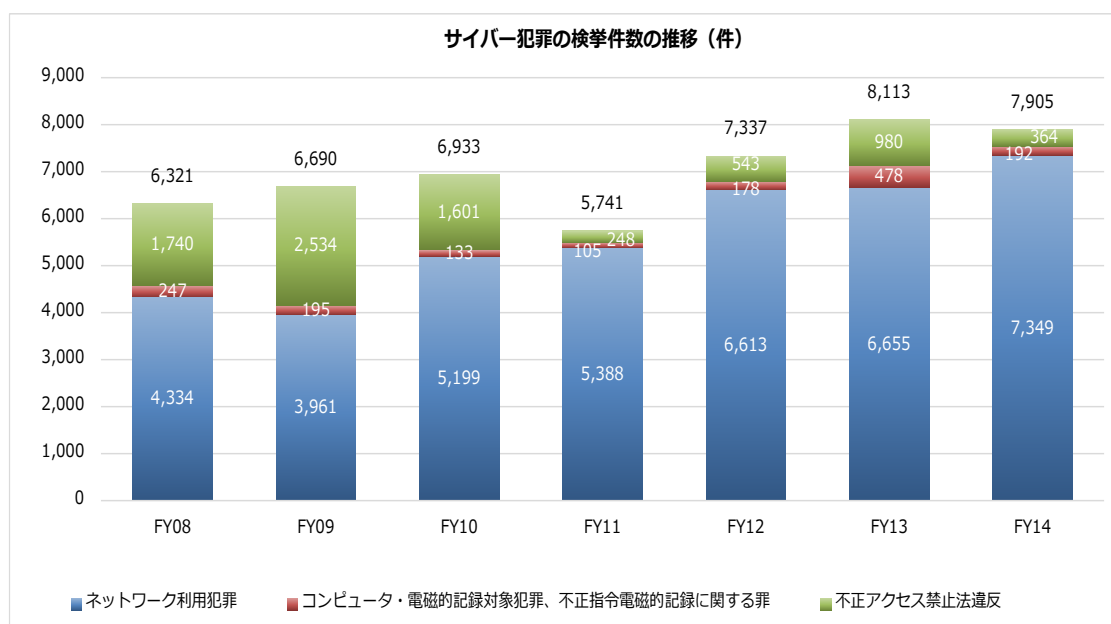


約比率は 70.9%に達するとしている。また、2019 年 3 月末におけるフィーチャーフォン契約数も 4,000 万件規模を維持し、通話・メールを中心とした利用用途、月額利用料金の安さ、使い慣れた操作性にメリットを感じるユーザーの支持が一定数保たれると予測している。

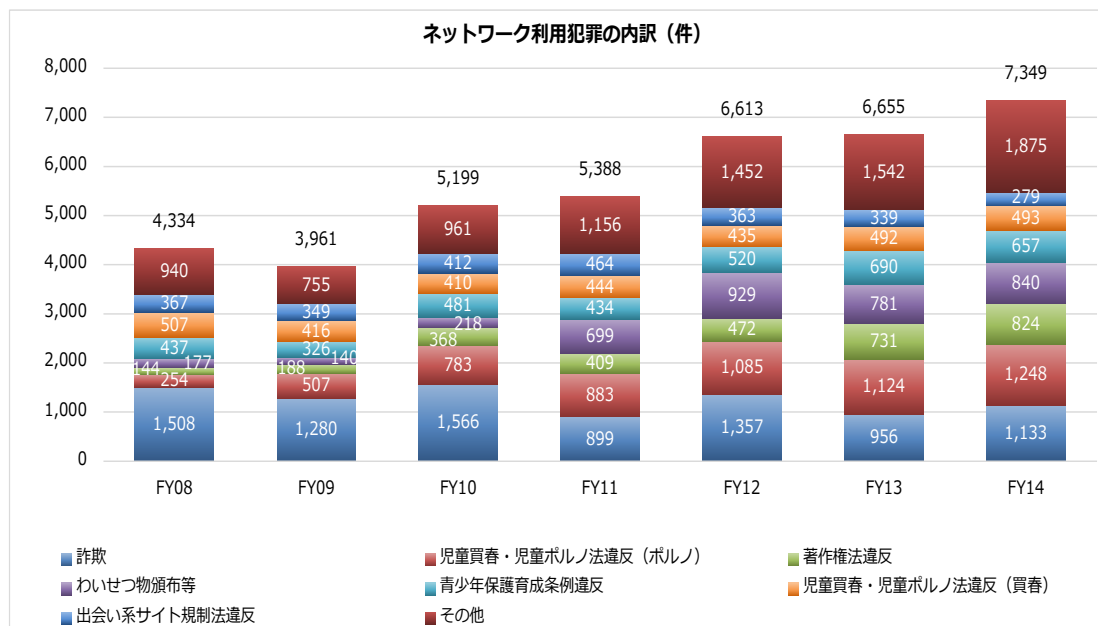
同社は、2010 年から、スマートフォン向けアプリの提供を開始している。iPhone、iPad 用には、映画に英語学習の機能を融合させた「超字幕」、Evernote 用名刺管理アプリ「Cardful」などを提供している。また、Android 用には、電池が長持ちする「超電池」、軽快な操作を保つ「驚速メモリ」、スピーディな入力のための「特打フリック」「万能カメラ」など、「au スマートパス」(KDDI 社)、「スゴ得コンテンツ」(NTT ドコモ社)に多数採用され、新しい収益事業に成長している。

セキュリティソフトを取り巻く環境

警察庁は 2015 年 3 月 12 日に、2014 (平成 26) 年中のサイバー犯罪検挙状況について公表した。この公表に関する広報資料によれば、2014 年のサイバー犯罪の検挙件数は 7,905 件(前期比 208 件減、同 2.6%減)で、過去最高であった前年に次ぐ高い水準であった。その内訳では、不正アクセス禁止法違反は 364 件(同 616 件減、62.9%減)、PC・電磁的記録対象犯罪及び不正指令電磁的記録に関する罪は 192 件(同 286 件減、59.8%減)となったものの、ネットワーク利用犯罪は 7,349 件(同 694 件増、10.4%増)となり過去最高を記録した。

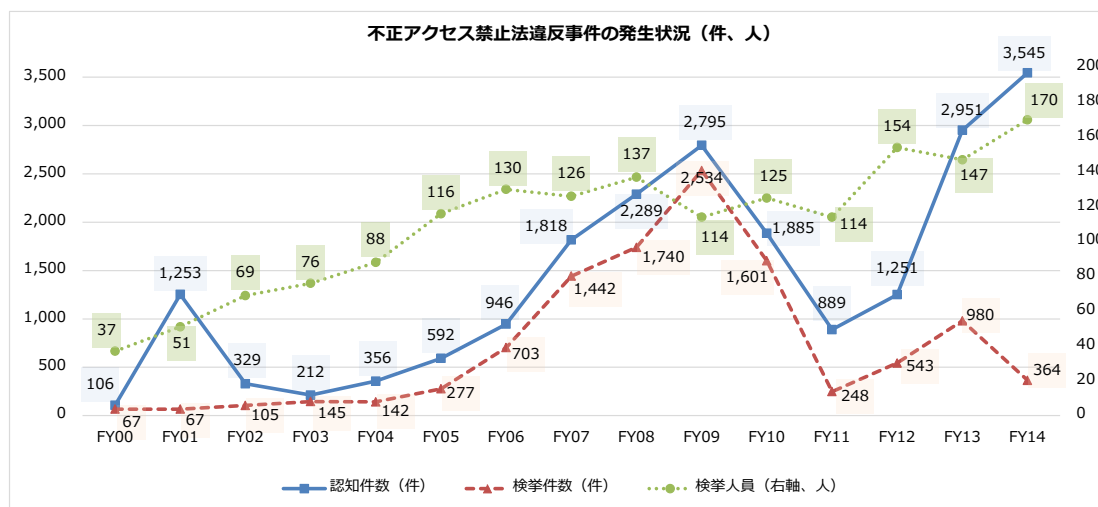


出所：警察庁資料をもとに SR 社作成



出所：警察庁資料をもとに SR 社作成

また、警察庁は2015年3月19日に、2014年（平成26年）に起きた不正アクセス行為の発生状況についても公表している。この公表に関する広報資料によれば、不正アクセス禁止法違反事件の認知件数は3,545件(前期比594件増)、検挙件数は364件(同616件減)、検挙人員は170人(同23人増)となった。前年に比べ、検挙件数は減少したが、認知件数および検挙人員は大幅に増加した。この結果、不正アクセス行為の禁止等に関する法律が施行された2000年以来で最多となった。



出所：警察庁資料をもとに SR 社作成



なお、不正アクセス後の行為のうち、最も多かったのがインターネットバンキングの不正送金が1,944件(全体の54.8%)と最も多く、次いで他人へのなりすましが1,009件(28.5%)となっている。また、検挙した不正アクセス行為のうち、利用権者のパスワードの設定・管理の甘さにつけ込んだものが84件(全体の24.9%)と最も多く、次いでフィッシングサイトにより入手したものが71件(21.0%)となっている。

サイバー犯罪検挙件数および不正アクセス行為の発生状況については、そのいずれにおいても高水準で推移しており、インターネット上でのセキュリティリスクが拡大している状況が見て取れる。同社の主力製品であるセキュリティソフト市場に対するニーズはさらに広がるとみられる。

無料セキュリティソフトの抱える課題

同社の主力製品である、セキュリティソフトの分野では、完全無料のものも存在する。この点を有料セキュリティソフトのリスクだとする指摘がある。ただし、無料のセキュリティソフトは、その収益モデルの多くが広告収入に依存したものであり、ユーザーにとっては利用中表示されるポップアップ広告などへの対応が煩雑なことがネックのひとつである。また、以下のような課題や懸念もある。有料版ソフトに比べ機能が制限されている場合が多く、1つのセキュリティソフトで全てのセキュリティリスクに対応できない場合が多い。

- 無料であるため、利用に際して何か問題が発生しても、保証がついておらず、サポートも受けられないことが多い。
- 新たなウイルスに対応していない、もしくは対応への更新が遅い場合がある。
- 無料版ソフトの中には、課金サイトに誘導したり、個人情報情報を吸い上げる目的で作られた偽セキュリティソフトも存在する。

このため、更新料が無料で製品価格が2,000円を切る同社のプライシングは、リスクヘッジの観点からも十分に競争力があると考えられる。

競合環境

同社の主要製品で競合となる主な企業は下表の通りである。ただし、同社によれば、同業他社は製品の企画、開発を中心に展開しているとのこと。同社のビジネスモデルは垂直統合型のユニークなビジネスモデルであり、製品の企画、開発、パッケージデザイン、広告流通、店頭での販促まで一連の流れを手掛けているのは当社のみであるとのこと。製品以外のその他分野で競合があるとすれば、ソフトバンク社の系列流通業者が流通のレイヤーで競合するとのことである。



セキュリティソフト関連	シマンテック社、トレンドマイクロ社
ハガキ作成ソフト関連	筆まめ社
PDF 作成ソフト関連	ジャストシステム社が、PDF 製品を出してきている。同社によれば、PDF ソフト大手の Adobe 社は対象ユーザーのレイヤーが異なり直接は競合しないとのこと。

出所：同社資料および取材をもとに SR 社作成

同社では、KDDI 社やドコモ社などのアプリ取り放題サービス向けのアプリが急増している。仮に Apple 社や Google 社が、「au スマートパス」（KDDI 社）のようなアプリ月額取り放題サービスを始めてしまうと、KDDI 社やドコモ社などのアプリ月額取り放題サービス向けの売上は影響を受ける可能性がある。ただし、同社の強みは、プラットフォームや、キャリア、デバイスに縛られていない点である。同社の製品は、どの会社の OS でも、どの通信会社のサービスでも、どのメーカーのデバイスでも使えるため、ユーザーの利便性が高い。従って、販売先が変わったとしても、同社は柔軟に対応が可能であるとのこと。同社は、この強みをさらに活かした製品・サービス展開を図る意向である。

主力製品のマーケットシェア

PC ソフトは様々なジャンルが存在するだけではなく、個人向け、法人向けなど用途の違いもある。このため、シェアを包括的に計るためのデータが無い。ただし、同社については、GfK Japan 社や Amazon 社、BCN 社などのランキングで複数のソフトが高いシェアをもっていることが確認できる。

GfK Japan 社による 2014 年パソコンソフトジャンル別ランキングでは 6 ジャンルで 1 位獲得。同社は、GfK Japan 社が集計する、2014 年全国有力家電量販店の店頭販売実績において、6 部門で販売本数第 1 位を獲得した。

同調査における 2009 年以降の同社の主な実績は以下の通りである。

GfK Japan 社調べによる主な販売シェアランキング

2014 年	6 ジャンル（PDF、OCR・翻訳、携帯、キーボード、ビデオ編集・DVD 関連、PC・ソフト学習）で 1 位
2013 年	全ジャンル総合で 1 位。また、24 ジャンルのうち、5 ジャンルで 1 位
2012 年 10 月、2013 年 1 月、2 月	ウイルスセキュリティ ZERO Windows8 対応版が製品別月次販売本数シェア第 1 位
2012 年	27 ジャンル中 6 分野（PDF、地図/乗換案内、携帯、キーボード、語学・検定、PC・ソフト学習）で 1 位
2012 年	筆王 Ver.17 がハガキ作成ソフトの年間販売本数第 1 位



2011 年	27 ジャンルのうち、6 ジャンルで 1 位
2010 年	9 ジャンルで 1 位
2009 年	9 ジャンルで 1 位

出所：会社取材などをもとに SSR 社作成

*GfK Japan 社は様々なジャンルの PC ソフトについて全国有力家電量販店の販売実績を集計している。

Amazon の 2013 年ダウンロード版販売数ランキングでは 2 製品が総合トップ 10 入り
Amazon.co.jp で 2013 年に販売されたダウンロード版 PC ソフト販売数の年間ランキング（集計期間：2012 年 12 月 1 日～2013 年 11 月 30 日）では、総合トップ 10 のうち、同社の製品が 2 つ(筆王が 6 位、ウイルスセキュリティ ZERO が 7 位)ランクインしている。

BCN AWARD ではソフトウェア 33 部門のうち 3 部門でトップ
2015 年 1 月 30 日に発表された「BCN AWARD 2015」*ではソフトウェア部門 33 部門のうち 3 部門で受賞している。受賞したのは、文書管理ソフト部門（販売本数シェア 35.5%）、携帯電話ソフト部門（同 69.7%）、トレーニングソフト部門（同 50.3%）である。文書管理ソフト部門は 12 年連続の 12 回目、携帯電話ソフト部門は 3 年連続の 13 回目、トレーニングソフト部門は 14 年連続 15 回目の受賞となった。

それ以外の部門でも、同社は、ユーティリティソフト、葉書・毛筆ソフトで 2 位にランクイン。また、総合ソフト、MAP・ナビソフト、ビデオ関連ソフト、LAN・インターネットソフト、通信ソフト、セキュリティソフト、PC ゲームソフトでは 3 位にランクインしている。

*「BCN AWARD」とは、全国の家電量販店、PC 販売店、ネットショップから収集した実売データ「BCN ランキング」にもとづき、1 年間の累計販売数量が最も多かった企業を部門ごとに表彰するものである。



経営戦略

同社躍進の鍵となったのは、既存の概念を打ち破った斬新なマーケティングの発想である。とりわけ、差別化の源泉となったのは、2003年に導入したコモディティ化戦略と、2006年に導入した更新料無料のZEROモデルである。

売価を安くすることで、新たなユーザー層が獲得できただけでなく、これまでPCソフトを取り扱っていた場所以外での販売が可能となった。例えば、コンビニエンスストアやイオンなどの大型スーパーの店頭でも販売できるようになった。

ただし、価格を安くしても、同業他社に追随されれば、数量を確保しづらくなる。同社は、コモディティ化戦略の実施に伴い、料金改定の対象となった旧価格帯製品に対して、返品関連費用や製品廃棄損などの特別損失が発生した。しかし、高い市場シェアがあり先行していた同業他社は、この高額な特別損失を嫌気し、同社には追随しなかった。これによる差別化が同社躍進の第一歩である。

同社はこの強みを維持するために、販売戦略に関しては、以下の項目を重要なマーケティング施策ととらえ、推進している。

・製品及びパッケージの特徴 (Product)	・消費者向けソフトウェアを世界中から幅広く取り揃えていること。 ・DVDサイズの持ち帰りやすい「スリムパッケージ」であること。 ・製品内容の説明を記載し、購入しやすい「説明扉」が付いたパッケージであること。
・価格における特徴 (Price)	・1,980円から4,980円を中心とした気軽に求めやすい価格であること。
・流通・店舗網における特徴 (Place)	・通常PCソフトを取り扱っている家電量販店だけでなく、通信キャリアや携帯ショップなどに販売網が多様化していること。 ・多くのソフトウェアメーカーが流通代理店経由で物流を行なっているのに対し、直販ルートを主要としていること。
・広告・販促活動における特徴 (Promotion)	・専用什器による「ソースネクストコーナー」を展開していること。 ・雑誌広告、店頭販促、ウェブ販促等について一貫したブランド戦略を展開していること。 ・PCソフトウェアコーナーのみならず、PC本体コーナー等、1つの店舗で売場を複数展開していること。

出所：会社資料

同社はソフトウェアの料金で様々な革新的サービスを導入してきた。しかしながら、この斬新な発想は料金体系だけに限ったものではない。



同社によれば、Product の特徴の一つであるソフトウェアのスリムパッケージも、同社が考案、実用化したものであるとのこと。スリムパッケージとは、従来の紙製パッケージと比べて体積が 1/5 となるパッケージである。2003 年 2 月に開始したソフトウェアのコモディティ化戦略と併せて、2003 年 4 月に導入された。既存のパッケージに比べてコンパクトサイズで、省スペースであったため、コンビニエンスストア、書店など新たな販売チャネルの開拓にも一役買うこととなった。当初は従来の紙製パッケージと併売されていたが、徐々にスリムパッケージ版販売比率を上げ、2005 年にはほぼ 100%スリムパッケージに切り替えている。

ソフトウェアは、使ってみないとその利便性が分からない。このため、同社によれば、製品を購入しようとする人は、まずパッケージに書いている説明文を読む傾向があるとのこと。スリムパッケージは、従来のものに比べ、この説明文を書く面積が少なくなることが課題であった。このため、2004 年 11 月に、同社はパッケージの表紙に「説明扉」を付けた新パッケージを導入した。現在では、ほとんどのソフトウェア会社がこのパッケージを採用している。

同社の社長は頻繁に販売店舗の店頭を訪れて、ユーザーや店員の声や行動を観察しているとのこと。説明扉付スリムパッケージもそうした店頭での活動から生まれた製品である。SR 社では、このようなユーザー目線のサービス提供こそが、同社の競争力の源泉であると考えている。

説明扉付スリムパッケージ



出所：会社資料



SW (Strengths, Weaknesses) 分析

強み (Strengths)

- **セキュリティソフトの差別化戦略と充実したプロダクトラインナップ**: 主力製品であるセキュリティソフトは、今日のように電子商取引が日常的に行われているなかではほぼ必須のソフトとなっている。そして、同社は競合他社（無料ソフトを除く）比較では、安価・更新料不要という差別化に成功している。また、取扱製品に関しては、自社製品、他社製品にこだわらず、市場ニーズのある製品をいち早く投入することを念頭に置いており、同業他社に比べ幅広いラインナップを取り揃えている。
- **一般層へのブランド認知度の高さとパッケージ戦略**: 同社は、ソフトの設定単価を安くして、取扱数量を増やすコモディティ化戦略が奏功したこともあり、2014 年 3 月末で 1,100 万件強の登録ユーザーベースを有している。また、以前から記憶に残る CM 作製に長けており、PC に馴染みの薄い層を含めて日本国内でのブランド認知度は高いとみられる。目立つ製品パッケージにも定評があり、家電量販店等の店頭においては、知名度・目にしやすさの両面から潜在ユーザー層への訴求度が高い。
- **流通経路の簡素化によるコスト削減**: マイクロソフト社の Windows や Office 製品、シマンテック社のセキュリティソフト Norton シリーズ、Adobe 社の Photoshop 等はソフトバンク社が流通を担っている。しかし、同社は大手量販店やネット通販企業と直接取引を行っており、店頭販売でのコスト優位性を持っている。

弱み (Weaknesses)

- **松田社長への依存度の高さ**: 松田社長は海外の PC ソフト開発の最前線に駐在しマーケティング活動を積極的に指揮しており、また、同社 PC ソフトの価格決定に大きな役割を果たしているなど、同社経営における重要度が高い。
- **市場における無料アプリの増加**: ウイルス対策ソフトのように機能を抑えて無料で提供し高機能版への更新を狙うビジネスモデルが存在し、さらに、マイクロソフト社のように OS ヘフアイアウォール機能を組み込み、無料のウイルス対策ソフトを提供する企業もでてきている。また、日本郵便が年賀状作成ソフトを無料で提供しているように、企業が自社製品・サービスの購入・利用促進のためにアプリを無料で提供するケースが出てきている。「超ブルーライト削減」のようなユーティリティアプリは、フリーソフトで十分に賄える可能性が高い。PC・ネットワークに対する知識水準が高い層の比率が高まると、こうした無料 PC ソフトの利用比率上昇にもつながりかねない。同社は安価な製品を提供してきたため、無料アプリ増加の流れが主力製品に影響を与える可能性は無視できない。
- **目利き力のある企画系人員の継続的な確保**: 同社の同業他社に対する強みの一つが製品ラインナップの幅広さである。この製品を取り揃えるにはソフトに対する高度な目利き力が不可欠である。少数精鋭主義をとってきた同社だが、事業規模の拡大に伴い目利き力を持つ企画系人材の増員が必要とされている。しかし、この条件を満たす人材は限られており、この人員不足が同社の成長の足枷になる可能性もある。このため、同社では中途社員の確保だけでなく、新入社員の育成も進めている。同社は 2010 年以降は基本的に新卒採用を中断していたが、2015 年 4 月入社から新卒採用を再開している。



過去の業績および財務諸表

過去の業績

2015 年 3 月期第 3 四半期連結実績

2015 年 3 月期第 3 四半期連結累計期間の業績は、売上高 4,602 百万円(前年同期比 4.3%増)、営業利益 1,023 百万円(同 2.2%増)、経常利益 1,028 百万円(同 4.6%増)となり、第 3 四半期連結累計期間の営業利益、経常利益としては、3 年連続で過去最高益となった。また、四半期純利益については、税金費用の増加に伴い 971 百万円(同 7.3%減)となった。

この結果、通期業績予想に対する進捗率は、売上高が 74.8% (前年同期は 76.9%)、営業利益が 78.5% (同 80.4%)、経常利益が 78.9% (同 80.2%)、四半期純利益が 85.2% (同 85.8%) となった。売上、利益ともに進捗率は前年同期を若干ながら下回る水準となった。

利益面での進捗が低かったのは、第 3 四半期の利益伸び悩みによるものである。今期の四半期ベースの営業利益の推移をみると、第 1 四半期の営業利益は前年同期比 28.5%増、第 2 四半期は同 5.1%増と増益基調であったが、第 3 四半期は同 14.2%減であった。

同社によれば、第 3 四半期には、POSA 技術(レジを通して支払を完了した後に、初めて製品の利用が可能となる技術)を活用した製品の発売に伴う旧パッケージの返品引当金の増加や、eSHOP における広告キャンペーンおよび記者発表費用などによる広告宣伝費の増加などの一時的要因があったとのこと。同社によれば、これらの一時的な要因を除けば、第 3 四半期も増益であったとのこと。第 4 四半期も増益基調は続いており、通期の利益計画達成は十分に可能であるとしている。

同社を取り巻く環境としては、2014 年 4 月にマイクロソフトの「Windows XP」のサポートが終了したことによる入れ替え需要が終息した結果、当第 3 四半期連結累計期間のパソコン出荷台数は前年同期比 15.4%減で推移した(2014 年 12 月、JEITA 調べ)。また、2014 年 12 月末の携帯電話端末契約者数は 125.1 百万人となり、人口普及率 98.5%に達した。うちスマートフォン契約者数は 65.4 百万件(構成比 52.3%)となり、今後も引き続き好調に推移する見込みである(2015 年 2 月、MM 総研調べ)。こうした状況の中、同社は、パソコンソフト及び、Android 端末を中心とするスマートフォン向けアプリの拡充に取り組んだ。

パソコンソフトでは、はがき作成ソフト「筆王」の展開を推し進め、販売活動に注力した結果、3 年連続でモデル別年間店頭販売本数第 1 位(全国有力家電量販店の販売実績を集計するジーエフケーマーケティングサービスジャパン調べ)を獲得した。

スマートフォン市場では、KDDI 株式会社の「au スマートパス」を始め、株式会社 NTT ドコ



もの「スゴ得コンテンツ」、ソフトバンクモバイル株式会社の「App Pass」、米国 Sprint Corporation の「App Pass」に対し、新製品の提供や既存製品のバージョンアップに努めた。その他、スマホアプリが定額料金で使い放題のサービス「アプリ超ホーダイ」を発売した。当該サービスは、イオンリテール株式会社やビッグロブ株式会社をはじめとする、格安スマホ・SIM 関連事業者と協業し、一般顧客向けに提供されるものである。セキュリティから人気ゲームまで、90タイトル以上の厳選された高品質なアプリが簡単に利用できることから、今後需要の拡大が見込まれる。

チャンネル別販売動向では、家電量販店向け売上は伸び悩んだが、スマートフォン・通信事業者（キャリア）向け売上と、自社オンラインショップ向け売上の増加傾向は続いた。中でも、採算の高いスマートフォン・通信事業者（キャリア）向けの売上が増加基調であり、利益の押し上げに貢献したもようである。同社によれば、キャリア向けスマートフォン・通信事業者（キャリア）向けでは、au 向け製品および、ドコモ向け製品がともに好調であるとのこと。とりわけ、au よりも遅れて展開を始めたドコモ向け製品は、人気製品の採用拡大などによるラインナップ拡充と認知度上昇効果により、高い伸びが続いているもようである。また、自社オンラインショップ向けに関しては、年末年始商戦の「筆王」の好調に加え、他社の仕入れ商品の販売も好調であったとのこと。同社によれば、第 4 四半期でもこの好調は継続しているもようである。このため、同社では、今後も強力な商材を継続的に投入し需要の活性化を図るとしている。

一方で、家電量販店向け売上に関しては、2014 年 4 月のマイクロソフト社の「Windows XP」のサポート終了に伴うパソコンの買い替え特需を背景として、同社の関連製品の販売も活況が続いていた。しかし、この特需の鎮静化に伴い、第 3 四半期の家電量販店向け売上は伸び悩む結果となった。この傾向は第 4 四半期も続くと思われるが、2015 年後半には、マイクロソフト社の新たな OS である「Windows10」の投入が予定されている。マイクロソフト社では、これまでの新 OS の発売に関しては、既存の OS ユーザーに対して、有償アップグレードが提供されてきた。これに対し、「Windows10」では、一部の OS ユーザーに対して 1 年間の無料アップグレード期間が設けられおり、アップグレードの動きの活発化が見込まれる。このため、2015 年後半には、「Windows10」発売に伴う同社の関連製品の需要の押し上げ効果を期待できるであろう。

なお、同社が 2014 年秋に発表したアプリ超ホーダイに関しては、導入した提携先 ISP との間で販売ノウハウの蓄積に努めているとのこと。同社によれば、提携先の ISP 事業者の数は着実に増加しており、問い合わせ件数も増加しているとのことである。同サービスがターゲットとしている格安スマホ市場は拡大傾向にある。2015 年 5 月以降の SIM ロック解除が実施されれば、この動きがより一層活発化するとともに、同社は今後の動向が期待されるとしている。



各販売チャネルの営業概況は以下の通りである。

家電量販店：売上高、1,768 百万円(前期比 5.9%減)

当第 3 四半期累計期間では、主力製品を中心に、店頭での販売強化を推進した。

セキュリティソフトでは、「Windows XP」サポート終了による入れ替え需要が終息したことで、店頭販売本数が市場全体で前年同期比 5.7%減となり、同社も競合他社の新製品発売の影響を受け、同 7.6%減少となった。今後は、主力製品の「ウイルスセキュリティ ZERO」や「スーパーセキュリティ ZERO」の店頭 POP 刷新を始め、販促活動を強化し、マイクロソフト社の新 OS「Windows 10」についても適宜動向を確認し、迅速に対応することで販売本数の回復を図りたいとしている。

「筆王」は、年賀状作成シーズンに合わせた店頭での大規模展開を行ない、前述の通り、3 年連続でモデル別年間店頭販売本数第 1 位につなげた。

その他の製品では、2014 年 12 月に「超ブルーライト削減」と「いきなり PDF」の POSA 技術(レジを通して支払を完了した後に、初めて製品の利用が可能となる技術)を導入したパッケージ版を発売した。本製品は、家電量販店での在庫負荷の軽減や紛失・盗難があった場合の損失リスクを無くす同時に、同社でも在庫管理の負荷が低減されることから、同社では、双方にメリットをもたらすものと期待しているとしている。

自社オンラインショップ：売上高は、2,020 百万円(前期比 10.1%増)

主力製品の「ウイルスセキュリティ ZERO」は、Web サイトのログイン情報を暗号化して一元管理する「パスワード管理機能」をオプション販売した。「筆王」は、製品の自動アップグレードを始めとした既存ユーザーへの提案方法を見直すことで、継続的な売上に繋がるよう改善に取り組んだ。その他、他社ブランドの高機能映像編集ソフトをはじめ、様々なジャンルの商品を発売し、好調に推移した。これらの結果、登録ユーザー数は順調に増加し、2014 年 9 月末現在で 1,186 万人を超えた。

スマートフォン・通信事業者 (キャリア)：売上高は 600 百万円(前年同期比 20.9%増)

「au スマートパス」では、人気アプリの 1 つであった「超節電」の提供が 2014 年 3 月に終了し、その後継アプリの「超電池」への移行を推進中である。この影響により売上が一時的に減少した。ただし、アプリ提供は好調であり、第 3 四半期は 5 アプリを追加提供した。

「スゴ得コンテンツ」では、バッテリー総合管理アプリ「超電池」などを新たに提供開始した。また、アプリ数だけでなく、キャリアからの収益分配額の計算基準となるサイト数も順調に増加した。当第 3 四半期は、従来の 4 サイトに加え、新たに「電池・パフォーマンス改善」サイトを開設し、合計 5 サイト 13 アプリとなった。「App Pass」についても 4 アプリを追加提供し、合計 14 アプリとなった。



同チャネルでは、提供キャリアが増えたことや各キャリアの会員数が増加したことにより、会員サービスからの安定的な収入が見込まれる。このため、同社は、今後も新アプリの提供や、既存アプリの改善に取り組むとしている。

2015 年 3 月期第 2 四半期連結実績

2015 年 3 月期第 2 四半期連結累計期間の売上高は 2,756 百万円(前年同期比 4.6%増)となり、営業利益は 608 百万円(同 17.6%増)、経常利益は 617 百万円(同 22.5%増)、四半期純利益は 693 百万円(同 20.4%増)となった。この結果、第 2 四半期連結累計期間の営業利益、経常利益、四半期純利益としては、2 年連続で過去最高益となった。また、経常利益率についても、第 2 四半期連結累計期間としては過去最高の 22.4%(同 3.3 ポイント増)となった。四半期純利益が 693 百万円になったことで、繰越損失が全額解消され、利益剰余金は 88 百万円となった。

四半期ベースの業績では、第 1 四半期の売上高が前年同期比 10.3%増に対して、第 2 四半期は同 0.7%減となった。同社によれば、2014 年 4 月の消費税増税前にパソコン本体の駆け込み需要がみられたが、そのパソコン本体に対する同社製のセキュリティソフトの需要が第 1 四半期に盛り上がったとのこと。第 2 四半期では、その需要の盛り上がりに対する一時的な反動があったとしている。利益面では、第 1 四半期の営業利益は増収効果などにより前年同期比 28.5%となった。また、減収であった第 2 四半期もプロダクトミックス改善効果などにより、同 5.1%増を確保している。

この結果、上期会社計画に対する進捗率は、売上高が 95.1%にとどまったが、利益面では、営業利益 107.5%、経常利益 109.2%、四半期純利益 134.8%となり、いずれも会社計画を上回る水準を達成した。

同社では、上期会社計画比に対して利益が上振れた要因は、KDDI 株式会社の「au スマートパス」や株式会社 NTT ドコモの「スゴ得コンテンツ」等、スマートフォン向けアプリによる付加価値の高い自社開発製品の売上が好調だったこと、販売費及び一般管理費の削減に努めたこと等にあるとしている。なお、第 2 四半期では、同社の「スゴ得コンテンツ」向け売上高が第 1 四半期比で倍増したとのこと。アプリのラインナップ拡充効果などによる同社のシェア上昇によって、「スゴ得コンテンツ」全体の契約者増を上回る伸びを達成したとしている。

同社は業績は上振れ傾向にあるとしながらも、計画に関しては保守的なスタンスを継続するとして、今期通期計画を据え置いた。同社は、この理由として、好調な業績動向を受けて下期はマーケティング強化のための広告宣伝費の上積み計画を計画していること、現時点では利益計画において 30%以上の乖離が生じる場合に必要となる業績修正発表基準を充足する業績上振れの確信が得られていないことなどを挙げている。



ただし、計画据え置きにより通期計画に対する上期業績の進捗率は、売上高 44.8%（前年同期の実績は 45.9%）、営業利益 46.7%（同 41.5%）、経常利益 47.4%（同 41.1%）、四半期純利益 60.8%（同 47.2%）となり、利益面ではいずれも前年同期に比べ高い水準を達成している。同社によれば、下期の出だしも上期の好調が持続しているもようである。とりわけ、同社の主力製品の 1 つである「筆王」は、新製品効果などから販売が好調であり、需要期である年末に向けてシェアが上昇傾向にあるとしている。このため、同社では、今後の状況を見極めて、業績の見直しを検討するとしている。

なお、同社は、新たなサービスとして、2014 年 6 月よりパソコンソフトの定額使い放題サービス「超ホーダイ」を、同 11 月よりスマートフォン向けアプリ使い放題サービス「アプリ超ホーダイ」を投入している。同社では、両サービスともに既存の概念を打ち破る新製品であり、市場拡大のポテンシャルは大きいとしている。とりわけ、市場が急拡大しているスマートフォン市場向けの「アプリ超ホーダイ」に関しては、販売で協業するパートナーの拡充に注力している。また、自社製品や他社製品にこだわらず魅力あるコンテンツを集めてコンテンツラインナップを増強する意向であり、同社が強みとしてきたコンテンツの目利き力が生かせるとしている。

各販売チャネルの営業概況は以下の通りである。

家電量販店：売上高、1,124 百万円(前期比 4.5%増)

第 2 四半期は、主に家電量販店に向けて、主力製品を中心に、店頭での強化を図った。7 月に店頭販売を開始した「超ホーダイ」は、店頭のパソコンソフト売場に加え、パソコン本体売場など広範囲での大規模な拡販を実施した。また、プリペイドカード式の小型パッケージを採用したことで、店頭のレジ横やコンビニエンスストアなどでの小規模展開も可能になった。主力製品である「ウイルスセキュリティ ZERO」や「スーパーセキュリティ ZERO」、新作の「筆王 Ver.19」についても、店頭での展開を強化した。

その結果、パソコンソフトウェア市場の店頭販売本数が前期比 100.0%で推移したことに対し、同社は前期比 101.1%で推移した。また、販売本数シェアも、23.2%（前期比 0.2 ポイント増）と堅調に推移した。

自社オンラインショップ：売上高は、1,160 百万円(前期比 5.0%増)

新作の「筆王」では、製品の自動アップグレード導線を見直し、継続的な売上に繋がる改善に取り組んだ。また、他社ブランドの映像編集ソフトをはじめ、様々なジャンルの商品を発売し、好調に推移した。この結果、登録ユーザー数は順調に増加し、2014 年 9 月末現在では 1,115 万人を超える水準を達成している。



スマートフォン・通信事業者（キャリア）：売上高は325百万円(前年同期比 1.3%減)

「au スマートパス」では、人気アプリの1つであった「超節電」の提供が2014年3月に終了し、その後継アプリの「超電池」への移行を推進中である。この影響により売上が一時的に減少した。ただし、アプリ提供は好調であり、第2四半期は1アプリを追加提供し、合計15アプリとなった。また、新たな試みとして、会員向けに「超ブルーライト削減」のパソコンソフト（Windows 版）を提供した。「スゴ得コンテンツ」では、オリジナルの3D画像及び動画を用い、楽しく視力トレーニングを行なうアプリ「アイトレ」を追加提供した。また、「超ブルーライト削減」の提供開始に合わせて「超ブルーライト削減 for スゴ得」サイトを開設し、合計4サイト10アプリになった。

2015年3月期第1四半期連結実績

2015年3月期第1四半期連結実績では、売上高は1,392百万円（前年同期比 10.3%増）となった。利益面では、営業利益が355百万円（同 28.5%増）、経常利益が357百万円（同 36.4%増）、四半期純利益が368百万円（同 25.2%増）となった。この結果、第1四半期会計期間における連結営業利益、経常利益、四半期純利益としては、前第1四半期累計期間に続き2年連続で過去最高益となった。また、会社計画は据え置かれたが、上期会社計画に対する進捗率も、売上高が48.0%（前年同期の実績は47.9%）、営業利益62.6%（同 53.3%）、経常利益63.2%（同 52.0%）、四半期純利益71.6%（同 51.1%）となり、いずれも前年同期に比べ高い水準を達成している。

4月にマイクロソフトの「Windows XP」サポートが終了したことに伴い、第1四半期のパソコン出荷台数は前年同期比 114.8%と好調に推移した（2014年6月、JEITA 調べ）。また、2014年1月～3月のスマートフォン出荷台数比率は95.6%と微減したものの、引続き堅調に推移した（2014年7月、IDC Japan 調べ）。

こうした状況の中、同社は、経常利益重視を経営の根幹に据え、財務体質の改善を継続的に推進すると共に、パソコンソフトを始め、Android 端末を中心とするスマートフォン向けアプリの積極的な拡充に取り組んだ。

各販売チャネルの営業概況は以下の通りである。

家電量販店：売上高583百万円（前期比 17.6%増）

第1四半期は、主に家電量販店に向けて、主力製品を中心に、店頭での強化を図った。セキュリティソフトについては、2014年4月のパソコンセキュリティソフト市場におけるベンダー別販売本数シェアで、大幅増の26.6%（対前年同月比 4.1 ポイント増）となり、過去4年8ヶ月の中で最高シェアを獲得した。また、「超ブルーライト削減」は、プロモーションウエ



ウェブサイト及び動画の公開に合わせて、店頭のパソコンソフト売場やパソコン本体売場など、広範囲での大規模な拡販を行なった結果、順調に販売本数を増やした。家電量販店向けの販売増はセキュリティ関連製品が牽引役となった。2014 年 4 月の消費税増税前の駆け込み需要や「Windows XP」のサポート終了で購入されたパソコン向けのソフト販売が増加したことが一因であるとみられる。

その結果、パソコンソフトウェア市場の店頭販売本数が前年同期比 106.2%で推移したことに対し、同社は同 119.5%となり、店頭販売金額は、市場が同 105.5%であったのに対し、同社は同 120.7%と大幅に増加した。また、パソコンセキュリティソフトの店頭販売本数シェアも 10.0%と前年同期の 9.3%から 0.7 ポイント増加した。

自社オンラインショップ：売上高 592 百万円(前期比 6.5%増)

Windows XP のサポート終了に合わせて、新たな OS である「Windows 8」に対応したパソコンソフトの販売強化を推し進めた結果、主力製品の「ウイルスセキュリティ ZERO」を始め、順調に販売本数を増やした。また、eSHOP で先行販売となった「超ホーダイ」については、特設サイトを公開し、インストールや更新の手軽さや、様々なジャンルの製品があることを訴求した。その他、他社開発の本格写真補正ソフト「PhotoDirector EXPERT」や、ソースネクスト eSHOP 限定「さよなら手書き」などの人気商品を販売し好調に推移した。

スマートフォン・通信事業者（キャリア）：売上高 216 百万円（前期比 2.9%増）

KDDI 株式会社が提供する「au スマートパス」においては、第 1 四半期に新たに 3 タイトルのアプリを追加した。中でも電池のムダな消費を抑えたり、事前に電池切れを通知したりするバッテリー総合管理アプリ「超電池」については、発売開始以降人気アプリランキング上位にランクインするなど、好評を得た。また、株式会社NTTドコモが提供する「スゴ得コンテンツ」においては、既存アプリの機能強化を行った。中でも、ライトや鏡などの便利ツールをまとめた「超便利ツールズ」については、新たにピザカッターやメトロノームなど 7 種類を追加し、合計 20 種類の便利機能を収録した人気アプリとなった。

同社は、ソフトバンクモバイル社が新たに提供を開始する 4G スマートフォン向けのアプリ取り放題サービス「App Pass」（2014 年 8 月 29 日開始予定）に対するアプリケーションコンテンツとして、超電池をはじめとする 9 製品を提供する予定である。今回のソフトバンクモバイル社へのアプリ提供で、国内大手モバイル 3 社全てへの提供が実現する。同社は、過去 2 社（KDDI 社、NTT ドコモ社）の場合にも、アプリ取り放題サービスの開始当初から製品を提供している。これにより、通信会社のサービス立ち上げに併せて同社製品の利用ユーザー数も増やしており、通信会社向けサービスにおいて競争の少ない状況で同社の地盤を確立することが可能となった。今回のソフトバンクモバイル社の新サービス向けの製品も同様の立ち上がりが見込まれる。同社では、この他にもキャリア向けの新たな製品を投入するもようであり、下期に向けて売上の伸び率は更に加速するとみられる。



2014 年 3 月期通期連結実績

同社の業績は順調に拡大している。2014 年 3 月期通期連結実績では、売上高は 5,736 百万円（前期比 11.2%増）、営業利益は 1,2465 百万円（同 61.2%増）、経常利益は 1,226 百万円（同 68.2%増）、当期純利益は 1,221 百万円（同 51.6%増）となった。

売上面では、主力製品である「ウイルスセキュリティ ZERO」や「筆王」、その他新作の売上が好調に推移した。また、スマートフォン向けアプリでは KDDI 社の「au スマートパス」へタイトルを追加すると共に、NTT ドコモ社の「スゴ得コンテンツ」へもアプリを提供した。利益面では、増収効果に加えて、採算の高い製品の拡販によるコスト構造の改善が利益を押し上げた。この結果、営業利益、経常利益、当期純利益はいずれも過去最高益となり、経常利益率も過去最高の 21.4%となった。

同社によれば、前期に対する経常利益の主な増減益要因としては、売上高で 579 百万円増、変動原価で 79 百万円増、固定原価で 87 百万円増、販管費で 274 百万円減、営業外損益で 24 百万円増であった。

各販売チャネルの営業概況は以下の通りである。なお、同社は販売チャネル区分の見直しを行なったことにより、当連結会計年度から区分を一部変更している。このため、前期比の伸び率は前連結会計年度を変更後の区分に組み替えて比較している。

家電量販店

同チャネルでは、家電量販店及び携帯ショップ等において、個人ユーザー向けの国内店頭市場の開拓・拡大を目的として、パッケージソフトウェア製品等の販売活動を展開している。同チャネルの売上高は、2,292 百万円（前期比 23.5%増）となった。

主力製品である「ウイルスセキュリティ ZERO(Windows8 対応版)」は、PC ソフト店頭市場の 2013 年 ALL ジャンル(※ 1)年間累計店頭販売本数第 1 位を獲得した。また、「筆王」は、2012 年に続き 2013 年も 2 年連続でモデル別年間店頭販売本数第 1 位(※ 2)を獲得した。その他、新作の「超ブルーライト削減」は、店頭の PC ソフト売場に加え、PC 本体売場など広範囲での大規模な拡販を行なった結果、順調に販売本数を増やした。その結果、PC ソフトウェア市場の店頭販売本数は、前期比 3.0%減(※ 3)だったのに対し、同社は同 4.2%増となった。また、店頭販売金額は、PC 用セキュリティソフト市場全体の同 6.3%増に対し、同社は同 15.8%増となり、市場シェアも 9.0%と前期の 8.1%から 0.9 ポイント増加している。

※ 1 「セキュリティ」「ビジネス」「システム環境」「業務」「実用」「グラフィック」「教育」「ユーティリティ」「他パソコンソフト」合計

※ 2 2012 年筆王 Ver17、2013 年筆王 Ver18、パソコン用ソフト/実用から「ハガキ」を抽出

※ 3 全国有力家電量販店の販売実績を集計するジーエフケー マーケティング サービス ジャパン調べ



自社オンラインショップ

同チャネルでは、同社のウェブサイトソースネクスト eSHOP を併設し、ソフトウェア製品のパッケージ販売、ダウンロード販売及び PC 関連機器を中心としたハードウェア等のインターネット販売を行なっている。同チャネルの売上高は 2,427 百万円（前期比 1.2%減）となった。同社は、前期に引き続き、「マイページ」の充実を目指して、様々な改善を推進した。この「マイページ」とは、同社製品を購入した顧客が同社ウェブサイトでユーザー登録することにより利用できる、各顧客専用のページであり、購入した製品のバージョンアップ情報等を提供するだけでなく、関連した他製品・サービスなどの販促を行なっている。2014 年 3 月末の登録ユーザー数は 1,100 万人超となった。

スマートフォン・通信事業者（キャリア）

同チャネルでは、スマートフォン市場で通信会社（キャリア）が提供する定額アプリ使い放題サービスへのコンテンツ提供に注力している。同チャネルの売上高は 660 百万円（前期比 26.2%増）となった。また、期末におけるスマートフォン向けアプリのタイトル数は、Android 向けアプリで 30 タイトル、iPhone 向けアプリで 5 タイトルとなった。このうち、KDDI 社の「au スマートパス」には期末時点で 13 タイトル提供している。また、2013 年 5 月からは NTT ドコモ社の「スゴ得コンテンツ」にもタイトルの提供を開始しており、期末の提供タイトル数は 9 タイトルとなった。



損益計算書

損益計算書 (百万円)	08年3月期 単独	09年3月期 単独	10年3月期 単独	11年3月期 連結**	12年3月期 連結	13年3月期 連結	14年3月期 連結	15年3月期 連結
売上高	13,251	9,630	6,429	3,996	5,287	5,157	5,736	6,089
前年比	14.7%	-27.3%	-33.2%	-37.8%	32.3%	-2.5%	11.2%	6.1%
売上原価	6,008	5,511	2,942	1,539	2,296	1,668	1,500	1,631
売上総利益	7,242	4,120	3,487	2,457	2,991	3,489	4,236	4,457
売上総利益率	54.7%	42.8%	54.2%	61.5%	56.6%	67.7%	73.9%	73.2%
販売費及び一般管理費	6,276	6,576	4,326	2,859	2,690	2,716	2,991	3,155
売上高販管費比率	47.4%	68.3%	67.3%	71.6%	50.9%	52.7%	52.1%	51.8%
営業利益	966	-2,457	-839	-402	301	773	1,246	1,303
前年比	39.8%	-354.3%	-65.9%	-52.1%	-174.8%	156.9%	61.2%	4.6%
営業利益率	7.3%	-25.5%	-13.0%	-10.1%	5.7%	15.0%	21.7%	21.4%
営業外収益	32	4	13	8	9	10	3	16
営業外費用	79	69	75	54	43	54	23	6
経常利益	919	-2,522	-901	-448	267	729	1,226	1,312
前年比	66.9%	-374.4%	-64.3%	-50.3%	-159.5%	173.3%	68.2%	7.1%
経常利益率	6.9%	-26.2%	-14.0%	-11.2%	5.0%	14.1%	21.4%	21.6%
特別利益	0	128	0	675	3	0	22	18
特別損失	105	85	162	70	28	14	4	3
法人税等	47	298	2	2	-179	-90	22	112
税率	5.8%	-12.0%	-0.2%	1.5%	-74.0%	-12.6%	1.8%	8.5%
当期純利益	767	-2,777	-1,065	155	421	805	1,221	1,214
前年比	41.2%	-462.3%	-61.6%	-114.5%	172.3%	91.2%	51.6%	-0.5%
利益率（マージン）	5.8%	-28.8%	-16.6%	3.9%	8.0%	15.6%	21.3%	19.9%

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

**同社は2011年3月期より、連結決算を発表している。ただし、2011年3月期の売上高、利益の連単格差は1%未満にとどまる。
このため、2011年3月期の伸び率は前期の単独決算値との比較で計算している。

2014 年 3 月期通期連結実績

同社の業績は順調に拡大している。2014 年 3 月期通期連結実績では、売上高は 5,736 百万円（前期比 11.2%増）、営業利益は 1,246 百万円（同 61.2%増）、経常利益は 1,226 百万円（同 68.2%増）、当期純利益は 1,221 百万円（同 51.6%増）となった。

売上面では、主力製品である「ウイルスセキュリティ ZERO」や「筆王」、その他新作の売上が好調に推移した。また、スマートフォン向けアプリでは KDDI 社の「au スマートパス」へタイトルを追加すると共に、NTT ドコモ社の「スゴ得コンテンツ」へもアプリを提供した。利益面では、増収効果に加えて、採算の高い製品の拡販によるコスト構造の改善が利益を押し上げた。この結果、営業利益、経常利益、当期純利益はいずれも過去最高益となり、経常利益率も過去最高の 21.4%となった。



2013 年 3 月期通期連結業績

2013 年 3 月期の通期連結実績は、連結売上高は 5,157 百万円（前年同期比 2.5%減）となった。一方、利益面では、営業利益 773 百万円（同 2.6 倍増）、経常利益 729 百万円（同 2.7 倍増）、当期純利益 805 百万円（同 91.2%増）となった。減収ながら、利益面では大きく改善した。

同社は、製品ラインアップを見直し、付加価値の高いソフトウェア製品の販売及びサービス提供を重点的に強化した。その結果、KDDI 社が提供する Android スマートフォン向け月額サービス「au スマートパス」に採用された「超節電」や「驚速メモリ」など、「Android 厳選アプリ」シリーズの売上が前期比で大幅に増加となった。また「筆王 Ver.17」は 2012 年ジャンル別年間販売本数第 1 位を獲得した。その一方で、粗利率が相対的に低い PC 関連機器を中心としたハードウェア等の仕入販売の売上高が減少した。これらの影響により、売上高は前期比で減収となった。一方、製品ミックス見直しによる売上総利益率の改善に伴い、営業利益、経常利益は大幅に増加し、当期純利益は過去最高益となった。

2012 年 3 月期通期連結業績

2012 年 3 月期の通期連結業績は、売上高 5,287 百万円（前期比 32.3%増）となった。利益面でも、営業利益 301 百万円（同黒字転換。前期はマイナス 402 百万円）、経常利益 267 百万円（同黒字転換。前期はマイナス 448 百万円）、当期純利益 421 百万円（前期比 2.7 倍増）と大きく改善した。

2011 年 9 月にスマートフォン向けアプリ「Android 厳選アプリ」シリーズとして 10 タイトルの新製品を発売したほか、2011 年 12 月には、ウイルス対策ソフトで世界最高レベルの技術を持つ Bitdefender, SRL の製品を更新料 0 円にした「スーパーセキュリティ ZERO」及び英語学習アプリ「超字幕」の iPad 版を発売した。これらの影響で、売上高が前期比で大幅増収となった。また、販売費及び一般管理費を削減したことで利益構造が大幅に改善し、営業利益および経常利益は黒字転換を達成した。当期純利益も大幅増益となった。

2011 年 3 月期通期連結業績*

2011 年 3 月期の通期連結業績は、売上高 3,996 百万円（前期比 37.8%減）となった。一方、利益面では、営業利益マイナス 402 百万円（同赤字幅縮小。前期はマイナス 839 百万円）、経常利益マイナス 448 百万円（同赤字幅縮小。前期はマイナス 901 百万円）、当期純利益 155 百万円（同黒字転換。前期はマイナス 1,065 百万円）となった。大幅減収ながら、利益面では赤字幅が大きく縮小した。



2010 年 4 月に、主力製品である「ウイルスセキュリティ」シリーズに不具合が発生したためにプロモーションを自粛した。これらの影響により、売上高が減少し、経常損失が発生した。当期純利益では、2010 年 9 月に株式会社ナガセへ「超字幕」のプログラム著作権及び商標権を譲渡したことにより 588 百万円の特別利益が発生し、当期純利益 155 百万円を計上した。なお、2010 年 8 月に「ウイルスセキュリティ ZERO」1 台用の USB メモリ版を、従来の 3,990 円（税込）から 1,980 円（税込）へ価格改定した。この結果、同社の販売本数シェアは、価格改定前の約 16% から、2011 年 2 月には 20.49% まで回復した。

注：同社は 2011 年 3 月期より、連結決算を発表している。ただし、売上高、利益の連単格差は 1% 未満にとどまる。このため、伸び率は前期の単独決算の比較で計算している。

2010 年 3 月期通期業績

2010 年 3 月期の通期業績は、売上高 6,429 百万円（前期比 33.2% 減）となった。一方、利益面では、営業利益はマイナス 839 百万円（同赤字縮小。前期はマイナス 2,457 百万円）、経常利益はマイナス 901 百万円（同赤字縮小。前期はマイナス 2,522 百万円）、当期純利益はマイナス 1,065 百万円（同赤字縮小。前期はマイナス 2,777 百万円）となった。大幅減収ながら、赤字幅は縮小している。

2009 年 6 月に発売したハリウッド映画を全編収録した英語学習ソフト「超字幕」シリーズは、日経 BP 社「日経トレンディ」誌の「2009 年ヒット製品ベスト 30」で 16 位に選ばれるなどメディアでも話題となった。ただし、前期に続き、当期も家電量販店をはじめとする各小売店の在庫調整を実施したこと、競合する他社製品の影響を受け、店頭実売実績が下がったこと等により、売上高が減少した。ただし、コスト削減の進展で赤字幅は縮小した。



貸借対照表

貸借対照表 (百万円)	08年3月期 単独	09年3月期 単独	10年3月期 単独	11年3月期 連結**	12年3月期 連結	13年3月期 連結	14年3月期 連結	15年3月期 連結
資産								
現金・預金	1,459	1,086	75	434	967	1,257	1,507	1,779
有価証券							300	500
売掛金	2,869	1,631	1,666	626	705	657	764	919
たな卸資産	1,003	825	629	420	127	76	97	116
その他	601	434	386	267	328	424	488	492
流動資産合計	5,932	3,977	2,757	1,747	2,127	2,414	3,157	3,805
建物	83	70	73	42	25	14	8	4
工具、器具及び備品	25	26	17	22	19	13	12	15
その他の固定資産	0	18	14	10	6	7	4	3
有形固定資産合計	109	114	103	75	50	34	24	22
ソフトウェア	1,082	871	735	623	615	665	678	848
のれん	-	10	6					
商標権	707		379	213	46	47	20	-
その他	2	550	4	90	21	60	139	119
無形固定資産合計	1,792	1,430	1,124	926	682	772	836	967
投資有価証券				-	-	9	8	110
繰延税金資産	28		-	-	32	47	41	92
長期性預金	100	100	-	-	-	-	-	-
その他	175	261	200	194	174	168	54	49
投資その他の資産合計	303	361	200	194	205	225	103	250
固定資産合計	2,203	1,906	1,427	1,194	938	1,031	963	1,240
資産合計	8,145	5,889	4,188	2,942	3,065	3,445	4,120	5,045
負債								
買掛金	865	585	577	215	204	207	206	259
未払金	1,140	834	573	314	251	342	270	341
短期有利子負債	1,267	2,023	1,517	1,717	1,512	489	372	-
その他	806	755	749	326	340	328	316	374
流動負債合計	4,078	4,197	3,416	2,572	2,307	1,367	1,164	975
長期有利子負債	873	1,332	595	25	-	520	168	-
その他	-	-	-	15	5	0	-	47
固定負債合計	873	1,332	595	40	5	520	168	47
負債合計	4,951	5,529	4,012	2,611	2,313	1,887	1,332	1,022
株主資本	3,200	360	176	331	752	1,557	2,778	3,992
資本金	1,331	1,331	1,771	1,771	1,771	1,771	1,771	1,771
資本剰余金	1,171	1,171	1,611	1,611	1,611	1,611	1,611	1,611
利益剰余金	699	-2,141	-3,206	-3,052	-2,630	-1,825	-605	610
その他	-6	-	-	-	-	1	10	-
純資産合計	3,194	360	176	331	752	1,558	2,788	3,992
運転資金	3,007	1,871	1,719	831	627	526	655	776
有利子負債合計	2,140	3,355	2,112	1,742	1,512	1,009	540	-
ネット・デット	681	2,269	2,037	1,308	545	-248	-968	-1,779

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

**同社は2011年3月期より、連結決算を発表している。

資産

資産のうち、大きなものは現金・預金と売掛金であり、ソフトウェアを中心とした無形固定資産がそれに続く。設備投資の抑制やソフトウェア資産の売却により、無形固定資産は減少傾向にあった。しかし、2013年3月期は増加に転じている。なお、2010年3月期には、たな卸資産も大きな項目であった。しかし、在庫の稼働基準見直しにより製品在庫の削減が進



んでおり、2014年3月期のたな卸資産は2010年3月期の629百万円から、97百万円に減少している。

負債

業績の好転に伴って、有利子負債の削減も順調に進んでいる。有利子負債は2010年3月期の2,112百万円から、2014年3月期には540百万円に減少している。一方、ネットデットも2010年3月期の2,037百万円であったが、2013年3月期にネットキャッシュに転じ、2014年3月期のネットキャッシュは968百万円に増加している。なお、同社によれば、2014年5月末の借入金残高は0円になり、無借金となったもようである。

純資産

収益の好転や有利子負債の削減と相まって、同社の純資産は増加傾向にある。この結果、自己資本比率も2010年3月期の4.2%から、2014年3月期には67.7%に上昇している。

キャッシュフロー計算書

キャッシュフロー計算書 (百万円)	08年3月期 単独	09年3月期 単独	10年3月期 単独	11年3月期 連結**	12年3月期 連結	13年3月期 連結	14年3月期 連結	15年3月期 連結
営業活動によるキャッシュフロー (1)	2,460	-844	-338	504	1,089	1,286	1,410	1,649
投資活動によるキャッシュフロー (2)	-843	-659	-309	209	-325	-769	-151	-645
FCF (1+2)	1,617	-1,503	-648	713	764	516	1,259	1,004
財務活動によるキャッシュフロー	-669	1,129	-363	-354	-231	-528	-412	-540
減価償却費及びのれん償却費 (A)	929	821	659	597	609	446	425	401
設備投資 (B)	-692	-562	-468	209	-340	-460	-500	-545
運転資金増減 (C)	88	-1,136	-152	-888	-203	-101	129	120
単純FCF (NI+A+B-C)	915	-1,382	-721	1,849	894	893	1,017	950

出所：会社データよりSR社作成

*表の数値が会社資料とは異なる場合があるが、四捨五入により生じた相違であることに留意。

**同社は2011年3月期より、連結決算を発表している。

営業活動によるキャッシュフロー

業績好転に伴って、同社の営業活動によるキャッシュフローも拡大傾向にある。2014年3月期の営業活動によるキャッシュフローは前期比124百万円増の1,410百万円の収入となった。事業規模の拡大に伴って運転資金やたな卸資は増加したものの、業績拡大で税金等調整前当期純利益が528百万円増加している。



投資活動によるキャッシュフロー

投資活動によるキャッシュフローはソフトウェア資産の取得が中心である。2014 年 3 月期の投資活動によるキャッシュフローは、151 百万円の支出となった。ソフトウェアや有形固定資産の取得に伴う支出は前期並みの水準であったが、定期預金の払い戻しによる収入が 500 百万円あった。この結果、全体の支出額は、前期比で 618 百万円減少した

財務活動によるキャッシュフロー

同社は収益の改善と在庫の圧縮に併せて、有利子負債の返済を進めている。2014 年 3 月期の財務活動によるキャッシュフローは 412 百万円の支出となった。支出額は前期比で 116 百万円減少しているが、短期借入金の純増減額による支出が 57 百万円、長期借入金の返済による支出が 352 百万円であった。



ニュース&トピックス

2014 年 12 月 19 日、同社は、株式会社マネーフォワードの株式取得について発表をした。

同社は、2014 年 12 月 19 日付で、株式会社マネーフォワードが募集する第三者割当増資を引受けることに合意したことを発表した。同社は、マネーフォワード社が実施する総額約 15 億円の第三者割当てによる資金調達の引受先の 1 社として出資を行うとしている。

なお、マネーフォワード社は、日本最大級の個人向け自動家計簿・資産管理サービス「マネーフォワード」を提供しており、約 180 万人に利用されている。同社は、2014 年 3 月より、マネーフォワード社と事業提携しており、自動家計簿・資産管理サービス関連のアプリやパソコンソフトの販売を行っている。今回の株式取得により、新たなサービス及びチャネル開発を強化し、両社の更なる発展につなげるとしている。

2014 年 11 月 5 日、同社は、法人向けパソコンソフトの定額使い放題サービスを開始することを発表した。

同社は、10 月 29 日に発表した法人向け新サービス「超ホーダイ Business」を NTT 東日本のソフト配信サービスにて配信することを発表した。サービス名称は「超ホーダイ Business on フレッツ」で、11 月 5 日より、月額 980 円（税別）で法人顧客向けに提供される。

2014 年 10 月 29 日、同社は、法人向けパソコンソフトの定額使い放題サービス「超ホーダイ Business」を発表した。

同サービスは、同社が運営するパソコンソフト定額使い放題の新サービスであり、通信事業者などと提携し、法人顧客向けに提供される。セキュリティ対策ソフトや、クラウド型の法人会計サービスなど 100 以上の法人向けの最新版ソフトやサービスが利用できる。2014 年 11 月より提供開始される。タイトルは今後も増やしていく予定で、1 年間で 10,000 社の導入を目指すとしている。

同日、同社は、イオンリテール株式会社やビッグローブ株式会社と協業し、格安スマホ向けアプリ使い放題サービス「アプリ超ホーダイ」を開始することを発表した。

同サービスは、格安スマホユーザーも、月額 360 円で、セキュリティから人気ゲームまで 50 タイトル以上のアプリが利用できるもの。格安スマホ・SIM 関連事業者などと協業し、スマホの付帯サービスおよび SIM とのセット販売を行う。既に 8 社の協業先が決定しており、2014 年 10 月 29 日より一般ユーザー向けに提供される。同社によれば、利用できるタイトル数は、今後順次増やしていく予定であり、2015 年 3 月までに 100 タイトル以上、1 年以内にユーザー数 100 万人を目指すとしている。



2014 年 9 月 12 日、同社は、オリックス・レンテック株式会社とのソフトウェアライセンスに関する契約について、2014 年 9 月 12 日付けで締結したことを発表した。

オリックス・レンテック社は、法人企業向けに電子計測器やパソコン・サーバなどのレンタルサービスを提供している。同社は、オリックス・レンテック社に同社のセキュリティソフト「クラウドセキュリティ(月額版)」を毎月定額料金で提供する。従来よりも低価格で提供することで、同社は、法人企業など新たなマーケットの拡大を目指すとしている。

2014 年 9 月 1 日、同社は、Sprint 社の新サービス「App Pass」へのアプリケーション提供開始について発表した。

同社は、Sprint 社の Android スマートフォン向け新サービス「App Pass」のアプリケーションコンテンツとして、Super Battery(日本語名：超電池)をはじめとする 6 製品を提供する。「App Pass」は、特別に厳選した選りすぐりの Android アプリやゲームのラインアップを月額 4.99 ドルで使うことが出来る、全米で 8 月 29 日より提供を開始した新サービスである。同社では、今回の Sprint 社の「App Pass」を通じて、同社アプリが日本国内だけでなく、海外マーケットへも本格的に展開開始されることを期待している。

2014 年 8 月 26 日、同社は Les Trois Elles SAS との業務提携契約締結について発表した。

同社は、2014 年 8 月 26 日付けで Les Trois Elles SAS (本社：フランス、以下、Les Trois Elles 社) との業務提携契約を締結した。この提携により、同社は Les Trois Elles 社が保有する Android アプリ「モンテッソリー・ファースト・オペレーション」の日本国内での販売を行うとしている。

2014 年 8 月 18 日、同社は、ソフトバンクモバイル株式会社の新サービス「App Pass」へのアプリケーション提供開始について発表した。

同社は、ソフトバンクモバイル社が新たに提供を開始する 4G スマートフォン向けのアプリ取り放題サービス「App Pass」(2014 年 8 月 29 日開始予定) に対するアプリケーションコンテンツとして、超電池をはじめとする 9 製品を提供する。

同社は、2011 年 9 月より、Android 用アプリの開発・販売事業に注力しており、2012 年 3 月から KDDI 株式会社が提供する「au スマートパス」、2013 年 5 月から株式会社 N T T ドコモが提供する「スゴ得コンテンツ」へ、同社アプリを提供している。今回のソフトバンクモバイル社へのアプリ提供で、国内大手モバイル 3 社全てへの提供が実現する。同社では、すでに収益の柱として確立されているアプリ定額使い放題サービス向け製品について、提供先が新たに増えることにより、収益の更なる拡大が期待されるとしている。



その他の情報

沿革

社は 1996 年にソフトの企画・開発・販売を目的として設立された。同社の大きな転機になったのが、2003 年に導入した『コモディティ化戦略』である。自社の主力製品を 1,980 円中心の価格体系として、ユーザー層を一気に広げた。また、2006 年には、更新料 0 円のセキュリティソフトを発売した。2012 年には、新作ソフトの発掘を強化するため米国 SORCENEXT Inc. を設立している。

- ・ 1996年 8月 アプリソフトの企画、開発および販売を目的として、株式会社ソースを設立
- ・ 1996年12月 ハードディスクの加速ユーティリティソフト「驚速95」を発売
- ・ 1997年 6月 タイピングソフト「特打」を発売
- ・ 1999年10月 株式会社ソースからソースネクスト株式会社へ社名変更
- ・ 2000年 3月 PCソフト業界初の「マイレージサービス」を開始
- ・ 2000年 6月 インターネットによる通信販売事業に進出
- ・ 2003年 2月 主力製品の価格帯を1,980円中心とする「コモディティ化戦略」を発表
- ・ 2003年 4月 従来の紙パッケージと比べて体積が1/5となる「スリムパッケージ版」を販売開始
- ・ 2004年 7月 「ソフトは文具」をスローガンに法人向けライセンス市場に本格参入
- ・ 2006年 7月 更新料0円の無期限セキュリティソフト「ウイルスセキュリティZERO」を発売
- ・ 2006年12月 東京証券取引所 マザーズ市場に株式上場
- ・ 2008年 6月 東京証券取引所 市場第一部に株式上場
- ・ 2010年 1月 「GfK Japan Certified」で7年連続PCソフト販売本数No.1を達成
- ・ 2010年 3月 新スローガン「ソフトでワクワク」を発表
- ・ 2010年 4月 イメージキャラクターにベッキーを起用
- ・ 2010年 7月 初のパッケージ版クラウドサービス「Evernoteスターターパック」を発売
- ・ 2011年 1月 登録ユーザー数が1,000万人を突破
- ・ 2011年 9月 Android用アプリの開発・販売事業を開始し、「Android厳選アプリ」シリーズを発売
- ・ 2011年12月 更新料0円のセキュリティソフト「スーパーセキュリティZERO」を発売
- ・ 2012年 1月 「ウイルスセキュリティZERO 1,980円」が2011年間PCセキュリティソフト製品別販売本数シェア第1位を獲得
- ・ 2012年 9月 米国シリコンバレーに海外拠点としてSOURCENEXT Inc.を設立
- ・ 2013年 5月 株式会社NTTドコモ「スゴ得コンテンツ」向けアプリ提供開始
- ・ 2014年 6月 パソコンソフト120 タイトル以上が定額使い放題「超ホーダイ」を発売



大株主

大株主上位10名（2015年3月31日現在）	所有株式数の割合
松田憲幸	28.25%
RSエンパワメント株式会社	20.13%
株式会社ヨドバシカメラ	11.37%
大和証券株式会社	8.13%
日本トラスティ・サービス信託銀行株式会社（信託口）	3.85%
松田里美	2.91%
日本マスタートラスト信託銀行株式会社（信託口）	2.09%
資産管理サービス信託銀行株式会社（証券投資信託口）	1.81%
株式会社新進商会	1.77%
資産管理サービス信託銀行株式会社（年金信託口）	1.23%

出所：会社データよりSR社作成

トップマネジメント

同社の代表取締役社長である松田憲幸氏（1965 年生まれ）は大阪府立大学を卒業後、1989 年 4 月に日本アイ・ビー・エム株式会社（以下、日本 IBM 社）へ入社した。その後、1993 年 9 月にコンサルティング会社の有限会社トリプル・エーを設立、代表取締役社長へ就任。1996 年 8 月には同社を設立し、代表取締役社長へ就任した。現在は、子会社である米 SOURCENEXT Inc.（2012 年月 9 月設立）の代表取締役も兼任している。同氏は日本 IBM 社時代には SE として、銀行・証券会社向けメインフレームなどの開発を行っていた。その後、独立してコンサルティング会社を設立し、製品を作ることに関心を持ったとのこと。そして、渡米したときに、現地で面白いソフトが販売されていたのに目が留まり、これを日本でも販売することを考えたのが同社設立のきっかけである。

同氏は日々の販売動向をチェックして、「粗利を極大化」できる料金改定のタイミングを検討している。また、販売状況把握のために、頻繁に量販店の店頭を訪れているとのこと。同氏によれば、店頭で耳にしたユーザーの声を、新製品のアイディアに活かしたことも少なからずあるとのことである。一方で、同氏は「IBM のエンジニア」出身でもあることから、他のエンジニアと、技術者の共通言語でコミュニケーションがとれる。月の半分は、米国シリコンバレーにおいて技術者からの情報収集に注力している。「技術もわかった上でマーケティングできるトップ」というのが、同氏の強みであろう。



従業員

2015 年 3 月末時点の同社の連結従業員数は 84 名（前年度は 78 名）、平均臨時雇用者数は 2 名（同 3 名）である。なお、連結従業員の平均年齢は 35.8 才、平均勤続年数は 6.5 年、平均給与は 7,065 千円である。

ところで

同社の社名の由来は、ソース（source：源）とネクスト（next:次）の合成語である。ソースネクストの歴史は「次の常識をつくる」歴史。すなわち、「次の常識をつくる」という決意が込められているとのこと。同社の社長によれば、ソースネクストは「働くのに理想の企業は、自分でつくるしかない」という理由で創業した。また、その根底には、社会に貢献したいという思いがあった。同氏は、個人より企業の方が社会に大きく貢献できていると考えている。このため、同社のミッションは「製品を通じて、喜びと感動を、世界中の人々に広げる」、目指すのは、「世界一エキサイティングな企業」とのことである。



企業概要

企業正式名称 ソースネクスト株式会社	本社所在地 〒105-0001 東京都港区虎ノ門 3-8-21 虎ノ門 33 森ビル 6 階
代表電話番号 03-6430-6406	上場市場 東証 1 部
設立年月日 1996 年 8 月 2 日	上場年月日 2006 年 12 月 20 日
HP http://www.sourcenext.co.jp/	決算月 3 月
IR コンタクト	IR ページ http://www.sourcenext.co.jp/ir/
IR メール ir@sourcenext.com	IR 電話 03-6430-6406



会社概要

株式会社シェアードリサーチは今までにない画期的な形で日本企業の基本データや分析レポートのプラットフォーム提供を目指しています。さらに、徹底した分析のもとに顧客企業のレポートを掲載し随時更新しています。当サイトは、掲載されている情報の編集にどなたでも参加ができ各自が持っている知識を共有できる場所を提供しています。

SR社の現在のレポートカバレッジは次の通りです。

アートスパークホールディングス株式会社	ケネディクス株式会社	ナノキャリア株式会社
株式会社アイスタイル	株式会社ゲームカード・ジョイコホールディングス	長瀬産業株式会社
あい ホールディングス株式会社	コムシスホールディングス株式会社	日進工具株式会社
アクリーティブ株式会社	株式会社ザッパラス	日本駐車場開発株式会社
株式会社アクセル	サトーホールディングス株式会社	日本エマーゼンシーアシスタンス株式会社
アズビル株式会社	株式会社サニックス	株式会社ハーモニック・ドライブ・システムズ
アズワン株式会社	株式会社サンリオ	伯東株式会社
アニコムホールディングス株式会社	Jトラスト株式会社	株式会社ハーツユナイテッドグループ
株式会社アバマンショップホールディングス	株式会社じげん	株式会社ハビネット
アンジェスMG株式会社	GCAサヴィアン株式会社	ビジョン株式会社
アンリツ株式会社	シブヘルスケアホールディングス株式会社	フィールズ株式会社
イオンディライト株式会社	株式会社ジェイアイエヌ	株式会社フェローテック
株式会社イエローハット	ジャパンベストレスキューシステム株式会社	フリービット株式会社
株式会社伊藤園	シンバイオ製菓株式会社	株式会社ベネフィット・ワン
伊藤忠エネクス株式会社	スター・マイカ株式会社	株式会社ベリテ
株式会社インテリジェント ウェイブ	株式会社スリー・ディー・マトリックス	株式会社ベルバーク
株式会社インフォマート	ソースネクスト株式会社	松井証券株式会社
株式会社VOYAGE GROUP	株式会社ダイセキ	株式会社マックハウス
株式会社エス・エム・エス	株式会社高島屋	株式会社 三城ホールディングス
SBSホールディングス株式会社	タキヒヨー株式会社	株式会社ミライト・ホールディングス
エヌ・ティ・ティ都市開発株式会社	株式会社多摩川ホールディングス	株式会社メディネット
エレコム株式会社	株式会社チヨダ	株式会社夢真ホールディングス
エン・ジャパン株式会社	株式会社ティア	株式会社ラウンドワン
株式会社オンワードホールディングス	DIC株式会社	株式会社ラック
株式会社ガリバーインターナショナル	株式会社デジタルガレージ	リゾートトラスト株式会社
キャノンマーケティングジャパン株式会社	株式会社TOKAIホールディングス	株式会社良品計画
KLab株式会社	株式会社ドリームインキュベータ	レーザーテック株式会社
グランディハウス株式会社	株式会社ドンキホーテホールディングス	株式会社ワイヤレスゲート
株式会社クリーク・アンド・リバー社	内外トランスライン株式会社	

※投資運用先銘柄に関するレポートをご希望の場合は、弊社にレポート作成を委託するよう

各企業に働きかけることをお勧めいたします。また、弊社に直接レポート作成をご依頼頂くことも可能です。

ディスクレーマー

本レポートは、情報提供のみを目的としております。投資に関する意見や判断を提供するものでも、投資の勧誘や推奨を意図したものではありません。SR Inc.は、本レポートに記載されたデータの信憑性や解釈については、明示された場合と黙示の場合の両方につき、一切の保証を行わないものとします。SR Inc.は本レポートの使用により発生した損害について一切の責任を負いません。本レポートの著作権、ならびに本レポートとその他Shared Researchレポートの派生品の作成および利用についての権利は、SR Inc.に帰属します。本レポートは、個人目的の使用においては複製および修正が許されていますが、配布・転送その他の利用は本レポートの著作権侵害に該当し、固く禁じられています。

SR Inc.の役員および従業員は、SR Inc.の調査レポートで対象としている企業の発行する有価証券に関して何らかの取引を行っており、または将来行う可能性があります。そのため、SR Inc.の役員および従業員は、該当企業に対し、本レポートの客観性に影響を与えうる利害を有する可能性があることにご留意ください。

金融製品取引法に基づく表示

本レポートの対象となる企業への投資または同企業が発行する有価証券への投資についての判断につながる意見が本レポートに含まれている場合、その意見は、同企業からSR Inc.への対価の支払と引き換えに盛り込まれたものであるか、同企業とSR Inc.の間に存在する当該対価の受け取りについての約束に基づいたものです。

連絡先

<http://www.sharedresearch.jp>

Email: info@sharedresearch.jp

株式会社シェアードリサーチ
東京都文京区千駄木 3-31-12
電話番号 (03) 5834-8787